



Maíra Eduarda Zvoboter

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA DA
IMPLANTAÇÃO DE UM *PET SHOP* NA CIDADE DE
HORIZONTALINA/RS**

Horizontalina/RS

2024

Maíra Eduarda Zvoboter

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA DA
IMPLANTAÇÃO DE UM *PET SHOP* NA CIDADE DE HORIZONTINA-
RS**

Trabalho Final de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas pelo Curso de Ciências Econômicas da Faculdade Horizontina (FAHOR).

ORIENTADORA: Ivete Ruppenthal Ebrin, Mestre

Horizontina/RS

2024

**FAHOR – FACULDADE HORIZONTALINA
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a monografia:

“Estudo De Viabilidade Econômico-Financeira Da Implantação De Um *Pet Shop* Na Cidade De Horizontina-RS”

Elaborada por:

Maíra Eduarda Zvoboter

como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em
Ciências Econômicas

Aprovado em: 13/12/2024

Pela Comissão Examinadora

**Mestre. Ivete Ruppenthal Ebrin
Presidente da Comissão Examinadora - Orientadora**

**Mestre. Stephan Sawitzki
FAHOR – Faculdade Horizontina**

**Mestre. Márcio Leandro Kalkmann
FAHOR – Faculdade Horizontina**

Horizontina/RS

2024

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho e todo e qualquer sucesso meu aos meus pais, Roselaine e Mauri, que, sob muito sol, me fizeram chegar aqui pela sombra e com água fresca. Também dedico, em especial, à minha irmã Rafaela e ao meu companheiro Adônes. Foram longos anos de muita dedicação e, sem o apoio, amor e compreensão de vocês, esta jornada não teria sido possível. A vocês, minha eterna gratidão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que contribuíram de alguma forma para a realização deste trabalho. À minha orientadora, Me. Ivete Ruppenthal Ebrin, pela paciência, orientação e encorajamento em todos os momentos. Sua dedicação foi fundamental para este trabalho. Agradeço aos professores Stephan e Márcio pelas valiosas sugestões e contribuições, essenciais para o desenvolvimento deste trabalho. Muito obrigada pelo apoio e confiança ao longo desta jornada.

“Empreender é como adotar um animal. Requer amor, responsabilidade, mas traz recompensas imensuráveis.” (Autor desconhecido)

RESUMO

Devido ao crescente mercado pet e às amplas possibilidades no setor, principalmente voltado aos *pet shops*, foi realizada uma análise de viabilidade econômico-financeira para a abertura e implantação do negócio em Horizontina/RS. O objetivo geral do presente estudo é analisar a viabilidade econômico-financeira para a abertura de um *pet shop* em Horizontina/RS, frente à expansão e à dinâmica do mercado, além dos custos e oportunidades de crescimento. O problema abordado é avaliar se o investimento em um *pet shop* na cidade é viável financeiramente dada o cenário econômico atual, as características locais e a concorrência. Para fins de delimitação, considerou-se dois aspectos principais: o da pesquisa de mercado e do estudo de viabilidade econômico-financeira do negócio. A coleta de dados ocorreu através de uma pesquisa de campo, com aplicação de questionário à comunidade local para identificar a demanda pelos produtos e serviços ofertados. Outros dados obtidos foram referentes aos concorrentes e público-alvo do empreendimento. Também houve a consideração de estudos comparativos. Com isso, foi possível identificar uma demanda expressiva pelo serviço de *pet shop* em Horizontina, destacando-se os serviços de banho e tosa e a venda de produtos. A viabilidade econômico-financeira do investimento foi confirmada, com previsão de retorno do capital investido no primeiro ano de atuação no negócio. Houve, ainda, a consideração de alternativas de expansão, via oferta de planos de saúde para animais e adoção de um modelo de franquia.

Palavras-chave: Viabilidade, *pet shop*, Horizontina.

ABSTRACT

Due to the growing pet market and the wide possibilities in the sector, particularly focused on pet shops, an economic-financial feasibility analysis was conducted for the opening and implementation of the business in Horizontina/RS. The general objective of this study is to analyze the economic-financial feasibility of opening a pet shop in Horizontina/RS, considering the market expansion and dynamics, as well as costs and growth opportunities. The problem addressed is evaluating whether the investment in a pet shop in the city is financially viable, given the current economic scenario, local characteristics, and competition. For the purpose of delimitation, two main aspects were considered: market research and the economic-financial feasibility study of the business. Data collection occurred through a field survey, with the application of a questionnaire to the local community to identify the demand for the products and services offered. Other data collected included information about competitors and the target audience of the business. Comparative studies were also considered. As a result, it was possible to identify significant demand for pet shop services in Horizontina, with emphasis on grooming services and product sales. The economic-financial feasibility of the investment was confirmed, with the expectation of recovering the invested capital in the first year of operation. Additionally, expansion alternatives were considered, including offering pet health insurance plans and adopting a franchise model.

Keywords: *Feasibility, pet shop, Horizontina.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figuras

Figura 1: Como ocorre o processo de tomada de decisão	18
Figura 2: 5 Forças de Porter	21
Figura 3: Fluxo de Caixa	28
Figura 4: Um mercado bom pra cachorro	33
Figura 5: Fluxograma de delineamento da pesquisa	39
Figura 6: Salário médio mensal dos trabalhadores formais	45
Figura 7: VAB dos Serviços, Agropecuária e da Indústria	46
Figura 8: Sexo do público pesquisado	51
Figura 9: Estado civil do público pesquisado	52
Figura 10: Nível de escolaridade dos respondentes	53
Figura 11: Residentes da cidade de Horizontina/RS	54
Figura 12: Quantidade de integrantes na família dos respondentes	54
Figura 13: Posse de animais de estimação entre os respondentes	55
Figura 14: Tipos de animais de estimação dos respondentes	56
Figura 15: Quantidade de animais de estimação que os respondentes possuem	57
Figura 16: Frequência de consultas ao médico veterinário para animais de estimação	58
Figura 17: Frequência de visitas ao <i>pet shop</i> para animais de estimação	58
Figura 18: Serviços utilizados pelos tutores em <i>pet shops</i> para animais de estimação	60
Figura 19: Compra de produtos para animais de estimação em horizontina	61
Figura 20: Frequência de compras de produtos para animais de estimação em horizontina	61
Figura 21: Intenção de frequentar um novo <i>pet shop</i> em horizontina	62
Figura 22: Aspectos mais importantes na escolha de um <i>pet shop</i>	63
Figura 23: Percepção sobre os benefícios de m novo <i>pet shop</i> para a comunidade local	64
Figura 24: Conhecimento sobre a existência de planos de saúde para animais de estimação	65
Figura 25: Interesse em contratar um plano de saúde para animais de estimação ..	65
Figura 26: Serviços mais importantes em um plano de saúde para pets	66
Figura 27: Fatores que influenciariam a decisão de contratar um plano de saúde para pets	67
Figura 28: Comparativo Anual dos Investimentos	93
Figura 29: Modelos de Lojas	96

Quadros

Quadro 1: Inventário Físico do <i>Pet Shop</i>	43
Quadro 2: Inventário Humano do <i>Pet Shop</i>	44
Quadro 3: Análise de Concorrentes Diretos.....	48
Quadro 4: Análise de Concorrentes Indiretos.....	49

Tabelas

Tabela 1: Capital Necessário para o Investimento	69
Tabela 2: Custos com Mão de Obra.....	71
Tabela 3: Projeção de Custos de Mão de Obra – 5 Anos.....	72
Tabela 4: Custos Variáveis	73
Tabela 5: Projeção de Tributações – 5 Anos.....	75
Tabela 6: Custos Fixos	76
Tabela 7: Custos Totais	78
Tabela 8: Projeção de Custos Totais – 5 Anos.....	79
Tabela 9: Custo Total de Insumos Necessários por Serviço	81
Tabela 10: Custo e Preço de Venda – Serviços.....	83
Tabela 11: Projeção de Receitas – Produtos	84
Tabela 12: Identificação de Receitas – Serviços.....	85
Tabela 13: Projeção de Receitas – Serviços.....	86
Tabela 14: Fluxo de Caixa - Modelo Realista	87
Tabela 15: Resumo do Fluxo de Caixa	89
Tabela 16: Payback Simples.....	91
Tabela 17: Opções de Investimentos	92
Tabela 18: Projeção de Opções de Investimentos	92
Tabela 19: Payback Simples – Cenário Pessimista	94

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 REVISÃO DA LITERATURA	15
2.1 EMPREENDEDORISMO	15
2.2 TOMADA DE DECISÃO.....	17
2.3 ANÁLISE DE MERCADO.....	19
2.3.1 Análises Macroeconômica e Microeconômica	20
2.4 INVESTIMENTOS.....	22
2.5 INDICADORES ECONÔMICOS-FINANCEIROS	23
2.5.1 Taxa Mínima de Atratividade – TMA	24
2.5.2 Valor Presente Líquido – VPL	25
2.5.3 Taxa Interna de Retorno – TIR	25
2.5.4 Tempo de Retorno de Investimento – Payback	26
2.5.5 Fluxo de Caixa	27
2.5.6 Receitas, Custos e Despesas	28
2.6 VIABILIDADE FINANCEIRA.....	29
2.7 RISCOS DE NEGÓCIOS	30
2.8 <i>PET SHOPS</i>	31
2.8.1 Evolução do <i>Pet Shop</i> no Brasil	34
3 METODOLOGIA	35
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	41
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	41
4.2 ANÁLISE DE MERCADO NA CIDADE DE HORIZONTINA/RS.....	44
4.2.1 Caracterização do Município de Horizontina/RS	44
4.2.2 Análise Econômica do Município de Horizontina/RS	45
4.2.3 Análise de Mercado de <i>Pet Shops</i> na Cidade de Horizontina/RS	47
4.2.4 Concorrentes	47
4.2.5 Público Alvo	50

4.3 IDENTIFICAÇÃO DE DEMANDA PARA UM NOVO <i>PET SHOP</i> EM HORIZONTINA/RS	51
4.4 ANÁLISE DE VIABILIDADE FINANCEIRA.....	68
4.4.1 Capital Necessário para o Investimento.....	68
4.4.2 Identificação de Custos	70
4.4.2.1 Custos com Mão de Obra.....	70
4.4.2.2 Custos Variáveis	72
4.4.2.3 Custos Fixos	76
4.4.2.4 Custos Totais	78
4.5 FLUXO DE CAIXA	80
4.5.1 Análise de Custos e Preço de Venda de Produtos	80
4.5.2 Análise de Custos e Preço de Venda de Serviços	81
4.5.3 Identificação e Projeção de Receitas de Produtos	84
4.5.4 Identificação e Projeção de Receitas de Serviços	85
4.5.5 Projeção do Fluxo de Caixa.....	87
4.6 ANÁLISE DOS INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS	89
4.6.1 Taxa Interna de Retorno – TIR.....	89
4.6.2 Valor Presente Líquido – VPL	90
4.6.3 Tempo de Retorno de Investimento – Payback	91
4.6.4 Custo de Oportunidade do Negócio	91
4.7 VIABILIDADE PARA A TOMADA DE DECISÃO DO EMPREENDEDOR.....	93
4.8 PLANOS DE SAÚDE E FRANQUIAS	94
4.8.1 Planos de Saúde	95
4.8.2 Franquias.....	95
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	97
REFERÊNCIAS	100
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....	109
APÊNDICE B – INVESTIMENTO NECESSÁRIO	114
APÊNDICE C – CUSTO E PREÇO DE VENDA DE PRODUTOS.....	121
APÊNDICE D – CUSTO TOTAL DE INSUMOS (VARIÁVEIS) POR SERVIÇO.....	124
APÊNDICE E - PROJEÇÃO DE RECEITAS DE PRODUTOS	126

1 INTRODUÇÃO

A tomada de decisão é um aspecto crucial na gestão empresarial, pois influencia diretamente o rumo e o sucesso de uma organização. Para embasar decisões estratégicas, é essencial contar com dados e informações pertinentes. Nesse contexto, o empreendedorismo surge como uma habilidade fundamental, envolvendo a identificação de problemas e oportunidades, bem como a capacidade de investir recursos para criar valor para a sociedade (Soares, 2022). Empreender também envolve a habilidade de gerenciar recursos, tomar decisões estratégicas e adaptar-se às mudanças no mercado (SEBRAE, 2023a).

Contudo, é importante ressaltar que todo empreendimento requer um planejamento adequado devido à instabilidade e competição do mercado. Sem uma análise de viabilidade econômica e financeira, a empresa poderá ter prejuízos econômicos e, conseqüentemente, poderá ocasionar a descontinuidade do negócio. Segundo dados do SEBRAE (2023b), os MEIs (Microempreendedores Individuais) têm a maior taxa de mortalidade entre os Pequenos Negócios, com 29% fechando após 5 anos de atividade. Já as MEs (Microempresas) têm uma taxa de mortalidade de 21,6% e as EPPs (Empresas de Pequeno Porte) têm a menor taxa, com 17% fechando após 5 anos.

O mercado de serviços para animais de estimação representa uma oportunidade promissora para empreendedores, apresentando um crescimento expressivo nos últimos anos. Esse crescimento é motivado por mudanças nos hábitos de vida, aumento no poder de compra da população e uma crescente preocupação com o bem-estar animal, resultando em maiores investimentos em produtos e serviços para pets e criando novas oportunidades de negócios.

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística mostram que nos lares há mais animais de estimação do que crianças. A pesquisa aponta que, em cada 100 famílias, 44 criam pets e apenas 36 delas possuem crianças de até 12 anos de idade, indicando que os animais deixaram de ser apenas companheiros para se tornarem membros da família (CRMV SP, 2018).

Em uma pesquisa mais recente, dados do Instituto Pet Brasil mostram que o Brasil encerrou 2021 com 149,6 milhões de animais de estimação, um aumento de 3,7% sobre o ano anterior. Os cães lideram o ranking, com 58,1 milhões de indivíduos,

seguidos pelas aves canoras, com 41 milhões, e pelos gatos, com 27,1 milhões (Instituto Pet Brasil, 2022a).

Portanto, a combinação da mudança na relação com os animais de estimação e o crescimento da população pet mostram a importância de ter opções de *pet shop* em uma cidade. Além de fornecer produtos e serviços essenciais para o cuidado e bem-estar dos animais, essas empresas desempenham um papel fundamental na promoção da saúde e qualidade de vida dos pets. A abertura de um *pet shop* torna-se relevante diante do aumento de animais de estimação nas famílias brasileiras. De acordo com o censo IPB, o Brasil é o terceiro país em número de animais domésticos. Com uma população de 215 milhões de brasileiros, pelo menos 70% têm um pet em casa ou conhecem alguém que tenha (Instituto Pet Brasil, 2022b).

Além de atender às necessidades dos tutores de animais no município, através de serviços especializados como banho e tosa, clínica veterinária, venda de produtos alimentícios e acessórios, um *pet shop* pode também promover o desenvolvimento econômico local. Isso pode ser alcançado através da criação de empregos diretos e indiretos, do desenvolvimento de fornecedores locais e do estímulo ao comércio na região. Portanto, o tema de pesquisa é a análise da viabilidade econômico-financeira da implantação de um *pet shop* na cidade de Horizontina/RS.

A viabilidade financeira de uma empresa tem como objetivo analisar diversos aspectos, como custos de investimento inicial, custos operacionais recorrentes, projeções de receitas, fluxo de caixa esperado ao longo do tempo, rentabilidade esperada do investimento e a capacidade da empresa de gerar retorno sobre o capital investido (Camargo, 2017a). A principal razão para utilizar esse método é reduzir os riscos, evitando que projetos que não garantem o retorno mínimo de lucros necessários sejam implementados. Ele serve como um guia estratégico para os empreendedores, orientando as decisões empresariais em direção às opções mais promissoras (SEBRAE, 2019).

É importante destacar que Horizontina já conta com *pet shops* em funcionamento. No entanto, este estudo pretende avaliar se há espaço no mercado para a entrada de um novo empreendimento, considerando a demanda crescente por serviços e produtos para pets, bem como a capacidade de inovação e diferenciação que um novo *pet shop* poderia trazer para a cidade. Diante desse cenário, o problema da pesquisa é: existe viabilidade econômico-financeira para a implantação de um novo *pet shop* na cidade de Horizontina-RS?

Desta forma, justifica-se a realização desta monografia para avaliar de forma criteriosa e embasada a viabilidade de implantação de um *pet shop* em Horizontina/RS, considerando não apenas o contexto econômico e financeiro, mas também as tendências de mercado e o perfil dos potenciais clientes. Espera-se que com os resultados obtidos, através dos indicadores financeiros como Taxa Interna de Retorno (TIR) e Valor Presente Líquido (VPL), seja possível direcionar o empreendedor na tomada de decisão em relação à abertura da empresa.

Diante deste contexto, esta pesquisa tem como objetivo geral, analisar a viabilidade econômico-financeira para implantação de um novo *pet shop* na cidade de Horizontina-RS. Para que o objetivo geral seja alcançado, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Realizar uma análise de mercado na cidade de Horizontina/RS;
- b) Aplicar uma pesquisa visando a identificação de demanda para um novo *pet shop* em Horizontina/RS;
- c) Identificar as receitas e os custos para implantação do negócio;
- d) Elaborar uma análise de custos e preço de venda das mercadorias;
- e) Projetar o capital necessário para o investimento;
- f) Criar um fluxo de caixa para a empresa;
- g) Desenvolver uma análise do investimento, incluindo a rentabilidade, prazo de retorno, risco e liquidez;
- h) Definir o custo de oportunidade do negócio;
- i) Expor a viabilidade para a tomada de decisão do empreendedor;
- j) Explorar a possibilidade de franquias e planos de saúde.

Além da introdução contendo o tema, problema de pesquisa, justificativa, objetivos geral e específicos, a seguir será apresentada a revisão da literatura, abordando temas como empreendedorismo, tomada de decisão, análise de mercado, investimentos, indicadores econômico-financeiros, viabilidade financeira, custo de oportunidade, riscos de negócios e, por fim, *pet shops*. Posteriormente, adentra-se na definição da metodologia utilizada para conduzir a pesquisa, detalhando os métodos, procedimentos e técnicas adotadas para alcançar os objetivos propostos. Em seguida, são descritas as etapas de coleta, análise e interpretação dos dados, que resultam na apresentação dos resultados obtidos. Na sequência, apresentam-se os dados e as análises, seguidos das considerações finais.

2 REVISÃO DA LITERATURA

A revisão da literatura é um resumo de discussões realizadas por outros autores sobre determinado assunto, servindo como embasamento e articulação com o tema desenvolvido em trabalhos científicos e acadêmicos (Alves, 2021). A revisão da literatura da presente pesquisa foi estruturada em sete seções, sendo elas: tomada de decisão, empreendedorismo, análise de mercado, investimentos, viabilidade financeira, indicadores econômico-financeiros, custo de oportunidade, riscos de negócios e *pet shops*.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo não possui uma definição única, mas é amplamente considerado como um processo de criação de algo novo ou diferente que agrega valor, exige dedicação e esforço e implica riscos financeiros, psicológicos e sociais. O retorno, na maioria das vezes, é a satisfação econômica e pessoal. Assim, o empreendedorismo está relacionado à inovação, risco, criatividade, organização e geração de riqueza Hisrich, Peters e Shepherd (2014) *apud* Affonso, Ruwer e Giacomelli (2018, p. 25).

Os economistas incorporam os sistemas de valores da sociedade em seus modelos, reconhecendo o papel fundamental dos empreendedores no processo de desenvolvimento econômico. O que significa que não haverá desenvolvimento econômico sem a presença de líderes empreendedores. O empreendedor é visto como um indivíduo que tem a capacidade de detectar uma oportunidade e criar um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados (Baggio; Baggio 2014).

Joseph Schumpeter, economista renomado, agregou grande valor ao conceito de empreendedorismo ao destacar a função do empreendedor como agente de transformação econômica. Segundo Schumpeter, o empreendedor é o protagonista do processo de “destruição criativa”, onde inovações substituem tecnologias, produtos e processos antigos, resultando em um avanço econômico e social. Ele ressalta que o empreendedor é impulsionado pela procura de novas combinações de recursos que

levam a inovações, tais como a criação de novos produtos, processos produtivos, mercados e estruturas organizacionais. Esse papel inovador não só transformou setores completos, mas também acelerou o desenvolvimento econômico ao gerar novas oportunidades e melhorar a eficiência na utilização dos recursos (Schumpeter, 1982).

Segundo Sales (2022), acumular um estoque de conhecimentos já não basta; é necessário saber aprender sozinho e constantemente, como faz o empreendedor na prática: fazendo, errando, aprendendo. Para alcançar sucesso como empreendedor, é fundamental entender que o empreendedorismo abrange uma ampla gama de habilidades e características. De acordo com Dornelas (2024), existem vários pontos essenciais para desenvolver um empreendedor de sucesso:

1. Assumir riscos calculados: arriscar-se na busca de melhores caminhos, mas avaliando cuidadosamente os riscos envolvidos;
2. Identificar oportunidades: estar atento a informações, ser curioso e estar sempre buscando novos conhecimentos para identificar oportunidades;
3. Conhecimento, organização e independência: ter domínio sobre o negócio, manter-se organizado e determinar seus próprios passos aumentando as chances de êxito;
4. Tomar decisões: ter a habilidade de tomar as decisões acertadas através de levantamento de informações e análises da situação;
5. Liderança, dinamismo e otimismo: colaborar em equipe com dinamismo e otimismo, incentivando outras pessoas no processo decisório;
6. Planejamento e plano de negócios: ter um bom planejamento e um plano sólido para o negócio é fundamental;
7. Tino empresarial: desenvolver a intuição e ter sensibilidade para compreender a situação que a organização (Dornelas, 2024).

Os empreendedores têm uma importância vital na economia, além de impulsionar a criação de empregos, estimulam a concorrência e ainda promovem a inovação. Eles são conhecidos por sua determinação e resiliência, capacidade de tomar decisões informadas e rápidas, criatividade e foco no cliente, compreendendo as necessidades e desejos do mercado para criar produtos ou serviços que atendam às demandas dos consumidores (Exame, 2023).

2.2 TOMADA DE DECISÃO

A tomada de decisão, de acordo com Marcondes (2023), é o processo de reunir informações, avaliar e escolher uma entre várias opções disponíveis, com a finalidade de alcançar um determinado objetivo ou resolver um problema. Trata-se da escolha consciente de uma opção entre duas ou mais alternativas, baseada nas informações e critérios estabelecidos.

A tomada de decisões estratégicas é essencial para impulsionar oportunidades de negócios. Ao identificar lacunas no mercado, acompanhar tendências e desenvolver estratégias proativas, as empresas podem capitalizar novas oportunidades. Além disso, a agilidade e flexibilidade permitem uma adaptação rápida às mudanças e ainda maximizam os recursos por meio de análises de custo-benefício e gestão de riscos, garantindo o uso eficaz dos recursos limitados (Oliveira, 2024).

O processo de tomada de decisão contempla desde pequenas atividades do dia a dia até importantes questões de gestão e do futuro do negócio. Recomenda-se que as decisões sejam baseadas em informações, dados sérios e opiniões relevantes. Para isso é importante seguir um processo de tomada de decisão, através de seis etapas, conforme demonstrado na Figura 1 (Matias, 2023).

Figura 1: Como ocorre o processo de tomada de decisão



Fonte: Matias, 2023.

Conforme observado na Figura 1, de acordo com Matias (2023), o processo de tomada de decisão deve seguir os seis passos descritos a seguir:

1. Identificar a situação: Identificar o problema ou a oportunidade que deve ser abordado;
2. Obter informação: Buscar dados, fatos e informações sobre o problema ou oportunidade em questão;
3. Gerar soluções alternativas: Determinar várias alternativas para a solução;
4. Avaliar e escolher a melhor alternativa: Avaliar os custos, tempo de execução e eficácia de cada uma das opções;
5. Transformar a solução em ação: Implementar a alternativa escolhida;
6. Avaliar os resultados: Monitorar e verificar se a opção está surtindo efeito (Matias, 2023).

Segundo a Totvs (2020), é fundamental reconhecer que a tomada de decisão representa um processo contínuo, no qual escolhas são feitas a respeito de diversas questões, utilizando conhecimentos, habilidades e experiências acumuladas. Este

processo demanda uma atenção constante e a análise dos riscos envolvidos, visando encontrar as melhores soluções para os desafios enfrentados. No cenário empresarial, a tomada de decisão assume uma grande importância, sendo crucial para uma gestão eficaz do negócio.

2.3 ANÁLISE DE MERCADO

De acordo como Dicionário Financeiro (2020), a análise de mercado é um elemento fundamental do plano de negócios de uma empresa, destinado a entender melhor seu setor de atuação. Esse processo envolve a coleta e análise de informações sobre um mercado específico, com o objetivo de compreender as oportunidades e desafios que ele apresenta. Para garantir sua eficácia, é importante que a análise seja realizada de maneira metódica e criteriosa (SEBRAE, 2023b).

Segundo a Zendesk (2023), realizar uma análise de mercado é fundamental para o sucesso de qualquer negócio. Além de impulsionar o desenvolvimento e a criação de estratégias mais eficazes, a análise de mercado oferece diversos outros benefícios, como:

1. Visão do mercado: uma análise bem-feita proporciona uma visão mais realista do mercado em que a empresa está inserida.
2. Identificar percepções: ajuda na identificação de percepções atuais e futuras do mercado;
3. Conhecer seu público: permite conhecer melhor o público-alvo;
4. Tomada de decisões: auxilia na tomada de decisões estratégicas com base em dados e informações precisas (Zendesk, 2023).

Ainda segundo Zendesk (2023), considerando o quanto a análise mercado é importante, é necessário destacar que esse processo não é apenas uma investigação estática do cenário atual. Ao invés disso, demanda uma abordagem dinâmica e contínua, que esteja atenta às tendências emergentes, às mudanças no comportamento do consumidor e às inovações tecnológicas.

Além disso, é válido ressaltar que a análise de mercado não deve ser encarada como uma tarefa isolada ou restrita a determinados departamentos dentro da organização. Por ser uma ferramenta valiosa para entender o mercado em que o negócio está operando e tomar decisões informadas sobre como avançar, a análise

deve ser integrada a todos os processos e decisões estratégicas da empresa (SEBRAE, 2023b).

2.3.1 Análises Macroeconômica e Microeconômica

As análises de mercado podem ser divididas em dois tipos distintos: macroeconômica, que foca na visão político-econômica geral do mercado, e microeconômica, que se concentra em questões internas do setor específico em que a empresa atua. Segundo Lima (2020a), é crucial considerar dentro dessas análises:

Na análise macroeconômica, utiliza-se uma ferramenta conhecida como PESTEL, cuja sigla representa os seguintes fatores:

- (P) - Fatores Políticos: envolvem políticas governamentais, eleições, mudanças de governo, corrupção, entre outros;
- (E) - Fatores Econômicos: abrangem economia local, tributos, inflação, desemprego e taxas de câmbio;
- (S) – Fatores Sociais: incluem mudanças demográficas, estilo de vida, comportamento dos consumidores e valores culturais;
- (T) – Fatores Tecnológicos: englobam avanços tecnológicos, pesquisas, inovação e regulamentações relacionadas à tecnologia;
- (E) – Fatores Ecológicos: relacionam-se com regulamentações ambientais, sustentabilidade e gestão de resíduos;
- (L) – Fatores Legais: envolvem legislação atual e futura, regulamentações industriais, direito dos consumidores, entre outros (Lima, 2020a).

Em resumo, essa análise é importante, pois possibilita criar planos de ação eficazes para lidar com diferentes situações do ambiente externo. Fatores como a evolução tecnológica, mudanças políticas e econômicas, além de questões ambientais, podem impactar de forma significativa no desempenho das empresas. Segundo Dornbusch e Fischer (2001), o contexto macroeconômico também pode determinar o nível de confiança do consumidor e a disposição das empresas em investir e expandir suas operações.

Por exemplo, no segmento de *pet shops*, aspectos sociais como a humanização dos animais de estimação têm impulsionado a procura por produtos de alta qualidade e serviços especializados. De acordo com a ABINPET (2022), essa

tendência social tem estimulado a expansão do setor, enfatizando a relevância de analisar alterações demográficas e comportamentais no planejamento estratégico.

Na análise microeconômica, Lima (2020a) considera aspectos importantes sobre a concorrência, fornecedores e clientes. A ferramenta mais usada é a de 5 Forças de Porter, conforme Figura 2:

Figura 2: 5 Forças de Porter



Fonte: Lima, 2020a.

Segundo Lima (2020a), a ferramenta 5 Forças de Porter, ilustrada na Figura 2, é crucial para a análise microeconômica de um mercado, pois avalia fatores que determinam a atratividade e o nível de competitividade de um setor, sendo eles:

1. Ameaça de novos entrantes: refere-se à facilidade ou dificuldade de novas empresas entrarem no mercado.
2. Poder de negociação dos fornecedores: indica a influência dos fornecedores sobre os preços e condições de venda.
3. Poder de negociação dos clientes: avalia a capacidade dos clientes em influenciar preços e condições de compra.
4. Rivalidade entre os concorrentes: analisa a intensidade da competição entre as empresas do setor.
5. Ameaça de produtos ou serviços substitutos: considera a possibilidade de produtos ou serviços alternativos afetarem o mercado (Lima, 2020a).

Ainda segundo Lima (2020), o estudo das cinco Forças de Porter auxilia na identificação dos elementos que restringem a rentabilidade de um setor, direcionando a tomada de decisões estratégicas. Por exemplo, uma companhia pode escolher se concentrar em nichos de mercado, como produtos ecológicos ou serviços de alta qualidade, com o objetivo de se destacar em um cenário competitivo.

Conforme Kotler e Keller (2012), a avaliação microeconômica também precisa considerar as necessidades e expectativas do consumidor. No segmento de *pet shops*, isso engloba a prestação de serviços personalizados, tais como banho e tosa, além da oferta de produtos de excelente qualidade que satisfaçam os gostos dos clientes.

Para a Econsult (2019), o conjunto das análises macroeconômica e microeconômica é uma ferramenta essencial para o sucesso empresarial. Ao compreender as forças que impactam o mercado e o comportamento dos consumidores, as empresas podem encontrar o espaço ótimo de atuação e maximizar seus lucros no longo prazo.

2.4 INVESTIMENTOS

Segundo Torres (2022), o investimento inicial de um negócio é um aspecto muito importante que deve ser cuidadosamente planejado e calculado pelos empreendedores. Além dos custos óbvios, como a aquisição de infraestrutura e equipamentos, há uma série de despesas que também precisam ser consideradas. Isso inclui investimentos em treinamentos para a equipe, para garantir que todos estejam preparados para desempenhar suas funções de forma eficaz desde o início.

Além disso, o investimento em marketing é essencial para garantir que o negócio seja conhecido pelo seu público-alvo e possa atrair clientes desde o início. Outros custos, como taxas legais e regulatórias, também devem ser considerados, pois podem representar uma parte significativa do investimento inicial. Em resumo, calcular e planejar adequadamente o investimento inicial é fundamental para garantir o sucesso e a sustentabilidade do negócio a longo prazo (Peçanha, 2024).

De acordo com Murbach (2021), uma abordagem altamente eficaz para calcular o investimento inicial de uma empresa é desenvolver uma planilha detalhada que

abranja todos os custos relevantes. Para garantir uma análise abrangente, é recomendável dividir a planilha em três partes distintas:

1. Investimento fixo: essa categoria engloba a infraestrutura fundamental para o funcionamento do negócio, incluindo maquinários, móveis, equipamentos eletrônicos e outros itens essenciais conforme o segmento. Isso inclui a aquisição de recursos necessários para iniciar as atividades, como estoque e veículos, garantindo uma base sólida para as operações (Torres, 2022).

2. Investimento pré operacional: aqui são considerados todos os custos necessários que uma empresa tem antes de iniciar suas operações para preparar o seu negócio. Dentre eles se pode citar os custos com contratações, treinamentos de funcionários, registros da marca e marketing (ADV Tecnologia, 2023).

3. Capital de giro: conforme Gularte (2023), o capital de giro compreende todos os recursos financeiros indispensáveis para manter operando regularmente, ou seja, é a parte do investimento total que será reservada para custos e despesas ao longo do tempo. Ao iniciar uma empresa, calcular o capital de giro é essencial para determinar a quantidade necessária em caixa, garantindo que todas as obrigações sejam cumpridas.

2.5 INDICADORES ECONÔMICOS-FINANCEIROS

Os indicadores financeiros representam medidas de desempenho que oferecem uma visão detalhada do aspecto financeiro de uma empresa, possibilitando a análise de funcionamento e resultados. Eles fornecem uma avaliação objetiva da atuação financeira ao longo do tempo, facilitando a identificação de tendências e o acompanhamento de metas estabelecidas. O principal propósito desses indicadores é orientar a tomada de decisões estratégicas, uma vez que sem eles, os gestores não teriam embasamento para tomar decisões assertivas (Canto, 2020).

Assim, os indicadores financeiros desempenham um papel crucial na gestão estratégica. Eles constituem medidas que avaliam tanto quantitativa quanto qualitativamente o desempenho dos recursos financeiros da empresa. Ou seja, os indicadores financeiros fornecem uma visão sobre a saúde e a capacidade de crescimento do negócio (Fagundes, 2020).

Dentre os principais indicadores financeiros, destacam-se: a Taxa Interna de Retorno (TIR), a Taxa Mínima de Atratividade (TMA), o Valor Presente Líquido (VPL), o Tempo de Retorno do Investimento (Payback), além da análise de fluxo de caixa e da análise de receitas, custos e despesas, que serão descritos a seguir.

2.5.1 Taxa Mínima de Atratividade – TMA

Para Mundo Financeiro (2022), a taxa mínima de atratividade, também conhecida como TMA, é uma taxa de juros que indica o retorno mínimo que um investimento deve proporcionar para ser considerado atrativo para o investidor ou o custo máximo que uma empresa está disposta a incorrer ao obter um financiamento.

A taxa mínima de atratividade é considerada uma excelente ferramenta na hora de escolher entre diversas opções de investimento disponíveis, tanto em níveis estratégicos quanto em financeiros, ela é fundamental para avaliar a atratividade de um investimento (Camargo, 2017c).

De acordo com Viana (2021), determinar a taxa mínima de atratividade não segue uma fórmula específica. Geralmente, os investidores utilizam a taxa Selic como referência, pois ela representa a taxa básica de juros na economia. No entanto, outros fatores também podem influenciar essa decisão, como o nível de risco do investimento, as expectativas de inflação e as condições do mercado financeiro. Portanto, embora a taxa Selic seja frequentemente considerada, a determinação da taxa mínima de atratividade pode variar conforme as circunstâncias específicas de cada investimento e do ambiente econômico.

De acordo com Camargo (2017c), a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) não orienta apenas as decisões de investimento, mas também define o custo de oportunidade. A TMA reflete o retorno potencial de investimentos alternativos, e qualquer retorno abaixo dela representa uma oportunidade perdida de obter melhores rendimentos. Portanto, a TMA é essencial para alocar recursos de forma eficiente, maximizando retornos e minimizando perdas associadas a escolhas menos vantajosas.

2.5.2 Valor Presente Líquido – VPL

De acordo com Samanez (2007, p. 179), o método do valor presente líquido (VPL) tem como objetivo:

Calcular o impacto, em termos de valor presente, dos eventos futuros associados a uma alternativa de investimento, ou seja, ele mede o valor presente dos fluxos de caixa gerados pelo projeto ao longo de sua vida útil. Não existindo restrição de capital, argumenta-se que esse critério leva à escolha ótima, pois maximiza o valor da empresa.

Segundo Camargo (2017d), o VPL é definido pela expressão:

$$VPL = -I + \sum_{n=1}^{n=N} \frac{FC_t}{(1+i)^n}$$

Onde:

I = investimento inicial

FC_t = representa o fluxo de caixa no período t

t = é o momento em que o fluxo de caixa ocorreu

i = é a taxa de desconto (ou taxa mínima de atratividade)

n = período de tempo (Camargo, 2017d).

Ainda segundo Camargo (2017d), é necessário interpretar o resultado do cálculo do VPL:

- a) Se o VPL for negativo, as despesas superam as receitas, indicando que o projeto é inviável.
- b) Se o VPL for positivo, as receitas superam as despesas, indicando que o projeto é viável.
- c) Se o VPL for zero, as receitas e despesas são iguais, indicando que o investimento é economicamente viável, pois seus retornos são equivalentes à taxa mínima de atratividade (Camargo, 2017d).

2.5.3 Taxa Interna de Retorno – TIR

A Taxa Interna de Retorno (TIR) é uma métrica financeira que indica a taxa de retorno esperada de um investimento ou projeto. Calculada de forma a igualar o Valor Presente Líquido (VPL) dos fluxos de caixa futuros ao valor inicial do investimento, a

TIR representa a taxa na qual o investimento se paga ao longo do tempo. Se a TIR de um projeto excede a Taxa Mínima de Atratividade (TMA), o investimento pode ser considerado atrativo, pois oferece um retorno superior ao custo de oportunidade (Guedes, 2024).

De acordo com Assaf Neto (2019, p. 157) a TIR é calculada pela seguinte identidade:

$$FC_0 = \sum_{j=1}^n \frac{FC_j}{(1+i)^j}$$

Onde:

FC_0 = é o valor do fluxo de caixa no momento zero (recebimento – empréstimo, ou pagamento – investimento);

FC_j = são fluxos previstos de entradas ou saídas de caixa em cada período de tempo;

i = taxa de desconto que iguala, em determinada data, as entradas com as saídas previstas de caixa, em outras palavras, i representa a taxa interna de retorno.

Segundo Camargo (2017), a Taxa Interna de Retorno (TIR) é uma ferramenta utilizada para avaliar a atratividade de um projeto ou investimento, desta forma, deve-se observar três possibilidades para a tomada de decisão:

1. Se a TIR de um projeto excede a Taxa Mínima de Atratividade, indica que o projeto é considerado viável.
2. Se a TIR for inferior à Taxa Mínima de Atratividade, o projeto deve ser rejeitado.
3. Quando a TIR é igual à Taxa Mínima de Atratividade, a decisão de prosseguir com o projeto fica a critérios dos gestores ou investidores (Camargo, 2017).

2.5.4 Tempo de Retorno de Investimento – Payback

Segundo Conta Azul (2024, s.p.) “PayBack é um indicador financeiro que representa o tempo de retorno de um investimento. O próprio termo significa ‘retorno’ em inglês, e é usado para medir quanto tempo leva para recuperar o dinheiro investido em um determinado projeto ou aplicação.”

O Payback é um indicador crucial para o planejamento financeiro, fornecendo uma previsão do tempo de retorno do investimento inicial. Ele não apenas auxilia na definição de metas e planos de ação futuros, mas também ajuda os empreendedores a avaliar a viabilidade de projetos e tomar decisões de investimento. Ao calcular o PayBack, é possível determinar se o tempo de retorno é compatível com as diretrizes do negócio ou se seria mais vantajoso investir em outras oportunidades com retorno mais rápido. Dessa forma, o PayBack oferece segurança ao empreendedor ao embasar suas decisões de investimento em perspectivas realistas de retorno (Blog Stone, 2021).

Noventiq (2023, s. p.) descreve o cálculo do PayBack como um processo simples: "O período de retorno é calculado somando os rendimentos obtidos em cada período até que essa soma seja igual ao investimento inicial realizado." A principal premissa deste método para avaliação de resultados é que quanto maior o período de PayBack, maior o nível de risco associado ao investimento, tornando-o menos atrativo para a empresa.

2.5.5 Fluxo de Caixa

Segundo SEBRAE (2022), a organização financeira desempenha um papel fundamental nas operações cotidianas de uma empresa e para isso, os empresários contam com uma ferramenta essencial de planejamento e controle: o fluxo de caixa. Essa ferramenta tem como objetivo principal calcular o saldo disponível atualmente e projetar cenários futuros, garantindo que haja capital de giro suficiente para cobrir despesas operacionais, como folha de pagamento e fornecedores, e também para realizar investimentos em melhorias, como reformas ou atualizações necessárias.

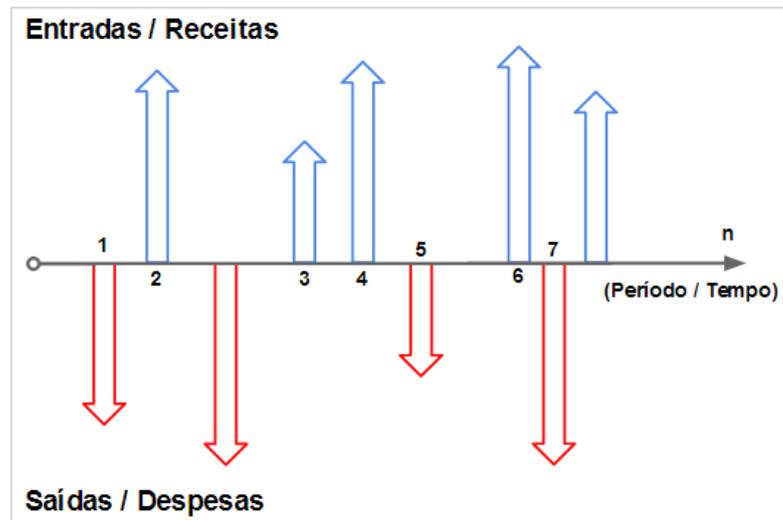
De acordo com Previsa (2022), o fluxo de caixa pode ser realizado com a frequência que o administrador considerar apropriada, podendo ser diariamente, semanal ou mensal. Embora uma apuração mais frequente ofereça uma visão mais precisa da empresa, nem sempre é viável realizar análises em intervalos muito curtos devido ao custo de tempo, recursos necessários para coleta e processamento, entre outros.

O aspecto crucial do fluxo de caixa é garantir que o documento seja elaborado de forma objetiva e minuciosa. Isso permite uma compreensão clara da origem de

todas as entradas e saídas financeiras, garantindo assim uma base sólida para decisões futuras (Previsa, 2022).

Segundo De Paula (2013) a demonstração do fluxo de caixa (DFC) revela o impacto de cada movimentação financeira na empresa, ajudando na gestão financeira ao identificar onde os recursos foram aplicados e sua origem. Conforme a Figura 3, a demonstração do fluxo de caixa mostra as entradas e saídas de dinheiro em um período específico, incluindo caixa, contas bancárias e aplicações financeiras de liquidez imediata.

Figura 3: Fluxo de Caixa



Fonte: De Paula (2013).

Desta forma, o fluxo de caixa é indispensável para a saúde financeira de qualquer empresa. Ele possibilita diversas análises, como avaliar o melhor momento para fazer novas aquisições, tomar decisões mais informadas e repor estoques. Além disso, a análise do fluxo de caixa permite identificar eventuais desvios na utilização dos recursos financeiros, destacar aplicações ineficientes dos fundos disponíveis e fornecer uma visão clara da liquidez imediata da empresa, ou seja, das disponibilidades financeiras que podem ser utilizadas rapidamente (ESAGJR, 2021).

2.5.6 Receitas, Custos e Despesas

A receita é um indicador financeiro muito importante para avaliar o desempenho financeiro de uma empresa. Ela se refere ao montante total de dinheiro que uma

empresa ganha com suas atividades principais, ou seja, todas as entradas de recursos financeiros resultantes da venda de produtos ou da prestação de serviços (Ribeiro, 2024).

Custos e despesas, por outro lado, são conceitos referentes às saídas de caixa de uma empresa, sendo os gastos necessários para manter suas operações. Custos são os gastos relativos aos bens ou serviços utilizados na produção de outros bens ou serviços, ou seja, estão relacionados às atividades-fim do negócio, como por exemplo a matéria-prima (Reis, 2023).

Já as despesas, segundo Borna (2010, p.16) são:

O valor dos insumos consumidos para o funcionamento da empresa e não identificados com a fabricação. Refere-se às atividades fora do âmbito da fabricação, geralmente sendo separada em Administrativa, Comercial e Financeira. Portanto, as despesas são diferenciadas dos custos de fabricação pelo fato de estarem relacionadas com a administração geral da empresa e a comercialização do produto.

Para manter uma boa saúde financeira na empresa, é fundamental realizar um controle eficiente das receitas, custos e despesas. Esse controle permite identificar gastos desnecessários e desperdícios, maximizar os resultados, manter um bom estoque, investir em novas soluções e assegurar a lucratividade no curto, médio e longo prazos (Sydle, 2023).

2.6 VIABILIDADE FINANCEIRA

De acordo com SEBRAE (2019), a viabilidade financeira é uma avaliação que se baseia nas despesas e lucros para determinar se um plano ou projeto é economicamente praticável para os investidores. Essa análise proporciona compreensões concretas sobre o potencial retorno financeiro, embasando-se nos investimentos realizados e em uma análise detalhada do mercado.

Para Lima (2020b), tão importante quanto definir um ramo de atuação nos negócios é realizar um estudo de viabilidade financeira para garantir o sucesso, a segurança e a assertividade nas tomadas de decisões empresariais. A viabilidade financeira é a análise do investimento necessário para a implementação de um projeto ou a abertura de um novo negócio.

Já a viabilidade econômica vai além, avaliando não apenas os custos e benefícios envolvidos, mas também como o empreendimento pode impactar a

economia da empresa como um todo. Assim, é importante considerar não apenas o aspecto financeiro, mas também a sustentabilidade e o potencial de crescimento do projeto dentro do contexto econômico da organização. Por meio dessa análise mais abrangente, é possível tomar decisões mais embasadas e garantir um planejamento mais sólido e eficaz para o futuro do negócio (Lima, 2020b).

Segundo SEBRAE (2019, s.p.) estudo da viabilidade econômica e financeira é:

Uma das etapas mais importantes do plano de negócio, que é por sua vez um guia que ajuda o empreendedor na busca de informações detalhadas sobre o ramo de atuação, produtos e serviços a serem oferecidos, bem como possíveis clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos, contribuindo com isso para responder a seguinte pergunta: vale a pena abrir, manter ou ampliar o negócio?

A análise econômico-financeira é uma prática crucial para empresas, trazendo uma série de benefícios significativos. Ao fornecer informações precisas e abrangentes, essa análise capacita os gestores a tomarem decisões informadas, identificarem áreas de melhoria e analisarem riscos. Portanto, a adoção adequada dessa prática não apenas impulsiona o crescimento e a eficiência interna, mas também contribui para a sustentabilidade e sucesso a longo prazo da organização (Finin Consulting, 2023).

2.7 RISCOS DE NEGÓCIOS

Para FIA (2021) o risco de negócio:

É toda fonte de incerteza possível nas diferentes etapas de uma atividade. São os fatores externos ou internos que podem gerar algum tipo de prejuízo ou impedir que uma atividade produtiva tenha continuidade. Um risco é, portanto, uma ameaça a ser neutralizada ou controlada, e para isso é preciso que seja previamente reconhecida.

Conforme o SEBRAE (2023d, s.p.), “são muitos os fatores que influenciam o sucesso no empreendedorismo. Independentemente do motivo, é indispensável reconhecer a quais riscos de investimento o negócio pode estar suscetível, visando evitar surpresas desagradáveis”. Para ele, os principais riscos são:

- Risco financeiro: ao investir recursos financeiros próprios ou de terceiros em seu negócio, o empreendedor corre o risco de perder todo o capital investido;

- Risco de mercado: enfrenta a possibilidade de não ter uma demanda adequada por seu produto ou serviço e pode não conseguir competir com outras empresas já estabelecidas no mercado;
- Risco operacional: enfrenta grandes desafios na gestão do dia a dia do negócio, como dificuldades com fornecedores e falhas em processos;
- Risco legal: deve cumprir leis e regulamentações, como tributos, e enfrentará consequências jurídicas e financeiras caso não cumpra com alguma delas;
- Risco de pessoal: poderá ter dificuldades em manter uma equipe de funcionários treinada e motivada;
- Risco de tecnologia: pode não ser capaz de manter-se sempre atualizado em relação às novas tecnologias;
- Risco de imagem: sem uma boa publicidade, poderá enfrentar problemas com a imagem da marca;
- Risco de intervenção governamental: o governo pode interferir nas operações do negócio, através de novas regulamentações, aumento de impostos, entre outros (SEBRAE, 2023d).

Apesar da inevitabilidade da incerteza no empreendedorismo, estratégias como um planejamento cuidadoso, gestão financeira eficiente, diversificação de receitas, marketing eficaz, gestão de riscos, flexibilidade e inovações são fundamentais para mitigar os riscos e aumentar as chances de sucesso nos negócios (SEBRAE, 2023d).

2.8 PET SHOPS

Segundo o SEBRAE (2023c), um *pet shop* é um estabelecimento comercial especializado na venda de produtos e serviços destinados aos cuidados e ao bem-estar de animais domésticos. Além da comercialização de itens como alimentos, acessórios, vestuário e produtos de higiene, um *pet shop* pode também oferecer serviços como estética animal (banho e tosa), atendimento veterinário, plano de saúde para os animais, creche e adestramento.

O mercado pet está passando por grandes transformações, influenciadas pela pandemia e pela crescente tendência de humanização dos animais de estimação. Essa mudança tem gerado uma forte demanda por produtos e serviços que antes eram direcionados apenas aos humanos, como roupas e planos de saúde. A inovação

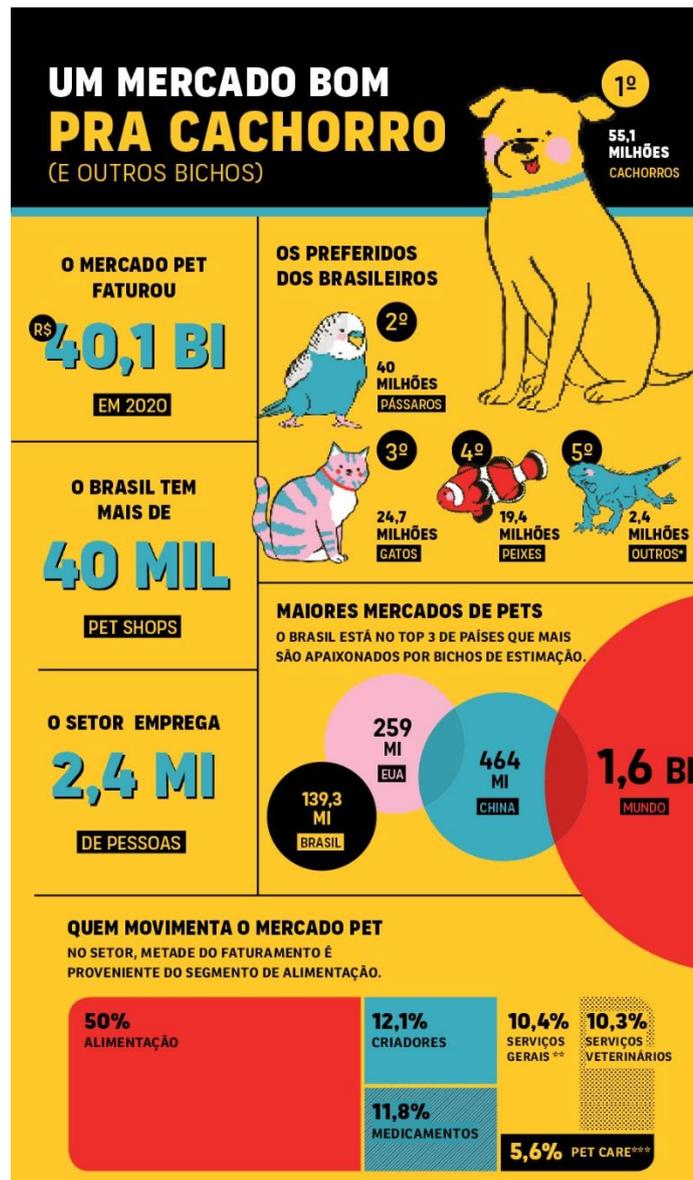
nesse setor também está sendo impulsionada pela busca por uma alimentação mais natural e saudável para os animais, enquanto avanços tecnológicos, como comedouros automáticos e aplicativos de monitoramento, estão criando novas oportunidades para as empresas do setor (SimplesVet, 2024).

Com mais de 31 mil estabelecimentos em 2018, o setor pet brasileiro é diversificado, com *pet shops*, clínicas veterinárias, agro lojas e varejistas alimentares representando a maioria desses negócios. Os *pet shops* de pequeno e médio porte são o principal canal de acesso aos produtos, respondendo por quase metade das vendas do setor (Instituto Pet Brasil, 2018).

De acordo com uma pesquisa realizada pelas empresas Dog Hero e Pet Love (2022), com o aumento do número de pessoas adotando animais de estimação durante a pandemia, os *pets shops* se tornaram ainda mais relevantes e procurados, atendendo às necessidades crescentes dos donos de pets e oferecendo um ambiente dedicado ao cuidado e ao bem-estar dos animais (SEBRAE, 2022).

Segundo Américo (2021), o mercado pet no Brasil tem mostrado uma força crescente na economia, refletindo a paixão dos brasileiros por seus animais de estimação, conforme Figura 4.

Figura 4: Um mercado bom pra cachorro



Fonte: Américo (2021).

Em 2020, o setor faturou R\$ 40,1 bilhões e empregou 2,4 milhões de pessoas, refletindo sua significativa contribuição para a economia do país. Com mais de 55 milhões de cães, 40 milhões de pássaros e 24,7 milhões de gatos, o Brasil se posiciona entre os três maiores mercados de pets no mundo, evidenciando uma forte demanda por produtos e serviços voltados ao bem-estar animal. A Figura 4 também revela a diversificação do mercado, com a alimentação representando 50% do faturamento, seguida por criadores, medicamentos e serviços veterinários, indicando uma tendência crescente de humanização dos pets e uma busca por cuidados mais sofisticados e personalizados (Américo, 2021).

2.8.1 Evolução do *Pet Shop* no Brasil

Os *pet shops* começaram a surgir em São Paulo no início dos anos 1980. Antes disso, os poucos produtos disponíveis para cães e gatos, como ração, coleiras e comedouros, eram geralmente vendidos em aviculturas. Esses estabelecimentos, que se concentravam em produtos para aves, ainda existem, mas naquela época eram uma das poucas opções para os donos de pets encontrarem itens essenciais para seus animais de estimação. Com o crescimento da demanda e a evolução do mercado pet, os *pet shops* passaram a se especializar e a oferecer uma variedade muito maior de produtos e serviços, atendendo às necessidades cada vez mais diversificadas dos donos de animais de estimação (Folha São Paulo, 2013).

Há muitos anos, os animais de estimação vêm sendo considerados parte da família, e seus donos não medem esforços para proporcionar a melhor qualidade de vida, conforto, tratamentos e bem-estar para eles. As grandes marcas de pet, como Cobasi, Zee-Dog, Petz, Petland e Zenanimal, adotam estratégias distintas para se destacarem no mercado desde suas fundações (Barboza, 2024).

A Cobasi, criada em 1985, investe em grandes lojas com uma vasta gama de produtos premium. A Zee-Dog, iniciada em 2011, foca em design e qualidade, expandindo-se globalmente. A Petz, fundada em 2002, aposta na fidelização do cliente com megastores que oferecem uma ampla variedade de produtos e serviços, além de um robusto e-commerce. A Petland, estabelecida em 1967 nos EUA e chegando ao Brasil em 2014, utiliza um sistema de franquias para crescer e oferecer experiências únicas entre humanos e animais. A Zenanimal, surgida em 2014, opera exclusivamente online, focando em produtos diferenciados e marketing digital (Barboza, 2024).

3 METODOLOGIA

De acordo com Marconi e Lakatos (2010), todos os campos de estudo seguem algum tipo de estrutura metodológica definida. As ciências, em geral, utilizam do método científico como característica fundamental. Para Lozada e Nunes (2018), este método é a sequência de operações realizadas com o objetivo de alcançar certo resultado, através de um modo sistemático e ordenado de pensar e indagar, formando assim um conjunto de procedimentos que trazem a verdade científica.

O método científico direciona a pesquisa para alcançar seus objetivos, ao apresentar e investigar um problema científico específico, além de testar hipóteses. Sua aplicação contribui para a validação ou refutação das suposições, permitindo uma abordagem sistemática e objetiva na busca por respostas (Lozada; Nunes, 2018).

Este estudo, quanto aos objetivos, entende-se que é exploratório e descritivo. Segundo Gil (2017), na pesquisa exploratória a coleta de dados compreende levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes em relação ao assunto e análises de exemplos. Desta forma, o estudo caracterizou-se como exploratório, uma vez que ele teve como objetivo analisar a viabilidade econômico e financeira da implantação de um *pet shop* na cidade de Horizontina/RS, realizando uma análise através da coleta de dados.

O estudo descritivo tem como função especificar as propriedades, as características e os perfis de pessoas, objetos, processos ou qualquer outro fenômeno que se submeta a uma análise (Sampieri; Collado; Lucio, 2013). Esta pesquisa caracterizou-se como descritiva pois sua finalidade foi descrever todos os custos e variáveis envolvidas para a implantação de um *pet shop* na cidade, com o objetivo de analisar corretamente sua viabilidade para seguir com o projeto, bem como identificar por meio do questionário se as pessoas do município utilizam serviços de *pet shop* e com que frequência utilizam tais serviços.

O método de abordagem utilizado neste estudo foi o dedutivo. De acordo com Marconi e Lakatos (2010, p. 74) o método dedutivo baseia-se em duas características: “Se todas as premissas são verdadeiras, a conclusão deve ser verdadeira. E toda a informação ou conteúdo fatural da conclusão já estava, pelo menos implicitamente, nas premissas.” Este estudo caracterizou-se como dedutivo, pois entende-se que se

o resultado do estudo for viável financeiramente, o empreendimento ao ser efetivamente implantado, também será viável.

Esta pesquisa fez uso do método de procedimento estudo de caso e foi desenvolvida no período de agosto a novembro de 2024. Para Prodanov e Freitas (2013, p. 60): “o estudo de caso consiste em coletar e analisar informações sobre determinado indivíduo, uma família, um grupo ou uma comunidade, a fim de estudar aspectos variados de sua vida, de acordo com o assunto da pesquisa”. Desta forma, foi considerado estudo de caso devido a análise de viabilidade econômico e financeira na implantação de um *pet shop* no município de Horizontina/RS.

Para Marconi e Lakatos (2018, p. 66):

O levantamento de dados é a fase da pesquisa realizada com intuito de recolher informações prévias sobre o campo de interesse. Primeiro passo de qualquer pesquisa científica, ele é feito de duas maneiras: pesquisa documental (ou de fontes primárias) e pesquisa bibliográfica (ou de fontes secundárias).

Em relação as técnicas de coleta de dados, foram utilizadas técnicas de pesquisa documental, bibliográfica e um questionário aplicado para uma amostra da população da cidade. Conforme Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa documental tem como principal característica a fonte de coleta de dados limitada a documentos, fontes estatísticas e arquivos públicos, que constituem as fontes primárias. Sendo assim, ela tornou-se fundamental nesta pesquisa pois permitiu a obtenção de informações específicas sobre a implantação de um *pet shop*, ou seja, através dela foi possível acessar dados aproximados da região e do setor, para assim identificar oportunidades e desafios que possam impactar o sucesso do novo empreendimento.

Já a pesquisa bibliográfica, para Matias Pereira (2019, p. 84), é:

Desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros, artigos científicos, teses e dissertações, manuais, normas técnicas, revisões, trabalhos de congressos, abstracts, índices e bibliografias, meios audiovisuais. Inclui também outras formas de publicação, tais como: relatórios técnicos, científicos, leis, contratos, pareceres, entre outros.

À vista disso, este trabalho utilizou da pesquisa bibliográfica, pois ela forneceu uma base sólida de conhecimento, contextualizando o tema, contribuindo para a análise de dados e dando embasamentos às conclusões. Além disso, a pesquisa bibliográfica permitiu o acesso a diferentes perspectivas e estudos anteriores, enriquecendo a fundamentação teórica e proporcionando uma visão mais abrangente e detalhada sobre o tema abordado. Para isso, foram consultados livros, bibliotecas

digitais e sites especializados, garantindo a diversidade e a profundidade das fontes utilizadas.

De acordo com Marconi e Lakatos (2022, p. 339), um questionário é uma série de perguntas submetidas ao pesquisado, com o objetivo de obter informações relevantes para o desenvolvimento da pesquisa, podendo ser enviado tanto pelo correio, quanto feito através de meios eletrônicos. Desta forma foi essencial a aplicação do mesmo para obter dados específicos e relevantes que auxiliaram a embasar as análises e conclusões sobre a viabilidade econômico-financeira da implantação de um *pet shop* no município.

Foi aplicado o questionário, conforme Apêndice A, de forma online com a comunidade em geral. Ele foi composto por 20 perguntas, sendo 18 perguntas fechadas e 2 abertas. Para Gomes (2021, s. p.), “perguntas fechadas são aquelas que são respondidas com um simples sim ou não. Já as perguntas abertas são aquelas em que a resposta demanda uma opinião ou explicação, tornando-se mais reveladoras”.

Embora o questionário tenha permitido a participação de indivíduos de outras localidades, foram filtradas apenas as respostas de residentes do município de Horizontina/RS para garantir a relevância e a aplicabilidade dos dados ao contexto do estudo. Esse processo de filtragem é compreendido como uma forma de estratificação. Segundo Lakatos e Marconi (2010), a estratificação subdivide a população em grupos (estratos) com características comuns, possibilitando a seleção de amostras mais representativas. Esse procedimento garantiu que os resultados refletissem exclusivamente a realidade da população-alvo, alinhando-se ao objetivo principal da pesquisa.

Segundo Costa Neto (2002, p. 52): "uma amostra é equivalente a um sorteio lotérico. Nela, todos os elementos da população têm igual probabilidade de pertencer à amostra, e todas as possíveis amostras tem também igual probabilidade de ocorrer".

Cálculo do tamanho de uma amostra aleatória simples:

$$n_0 = \frac{1}{\varepsilon^2} \quad (1) \qquad n = \frac{N \cdot n_0}{N + n_0} \quad (2)$$

N = tamanho (número de elementos) da população;

n = tamanho (número de elementos) da amostra;

n_0 = primeira aproximação para o tamanho da amostra;

ε^2 = erro amostral expresso para o tamanho da amostra.

Aplicando a fórmula 1 para obter uma aproximação inicial da amostra e aplicando a fórmula 2 para obter o tamanho da amostra, tem-se:

$$n_0 = \frac{1}{0,05^2} = 400$$

$$n = \frac{15.838.400}{15.838 + 400} = 390,15$$

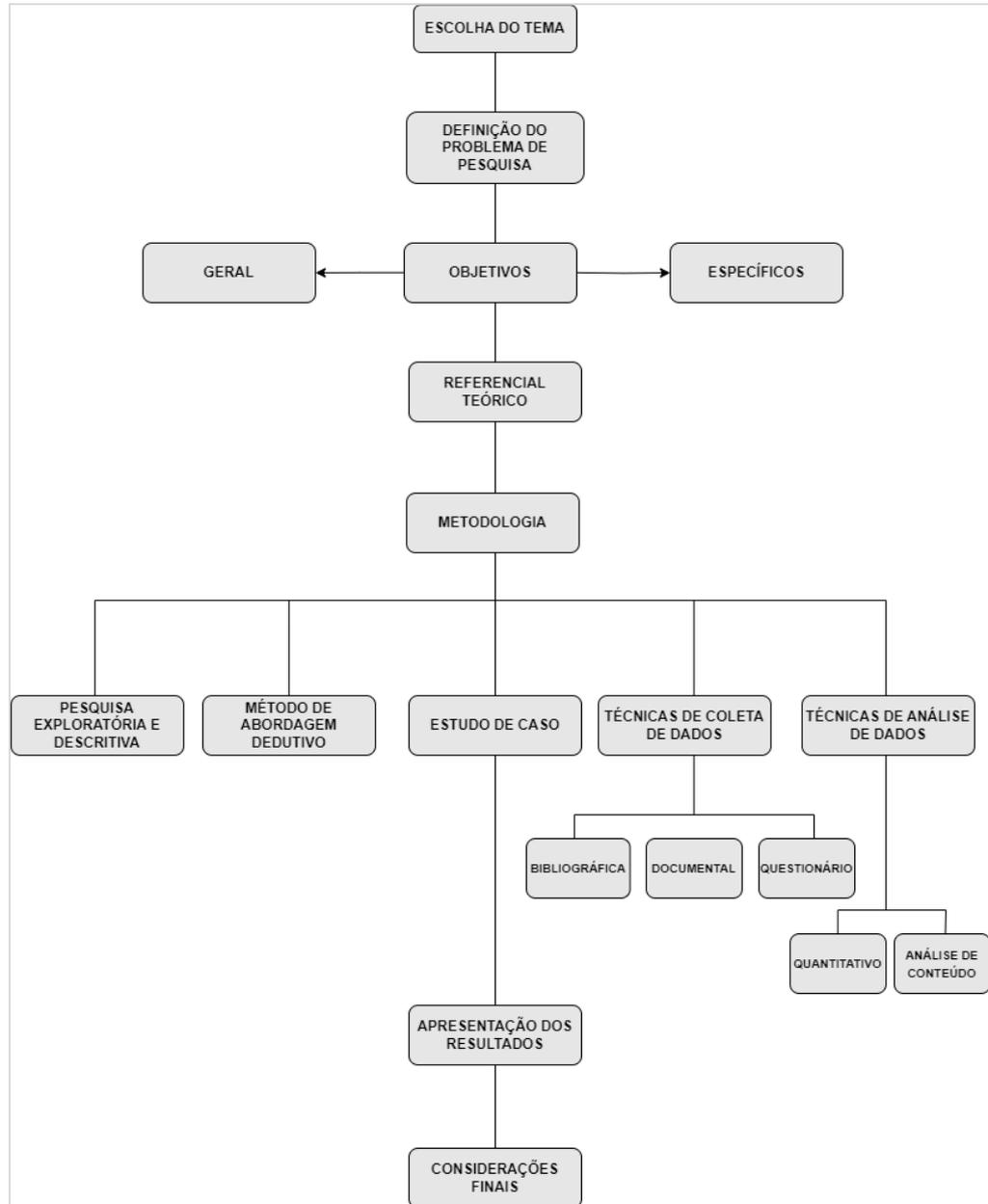
O questionário foi direcionado à população urbana de Horizontina/RS, cujo tamanho foi registrado como 18.851 habitantes pelo IBGE (2022). Para assegurar a confiabilidade dos dados, foi utilizada uma margem de erro amostral de 0,05. Com base nos cálculos realizados, foi determinado que o questionário seria administrado a uma amostra de aproximadamente 390 indivíduos do município de Horizontina/RS.

A análise de dados se deu de forma quantitativa, tabulados por meio do software *Excel* para calcular indicadores como o tempo de retorno do investimento, análise de mercado e viabilidade econômica. Appolinário (2011, p. 150) afirma que, na pesquisa quantitativa, “[...] variáveis predeterminadas são mensuradas e expressas numericamente. Os resultados também são analisados com o uso preponderante de métodos quantitativos, por exemplo, estatístico”. Ou seja, significa que a estatística é a ferramenta utilizada para quantificar, analisar e interpretar os dados e resultados obtidos.

Também foi utilizada a análise de conteúdo para complementar, analisar e explorar aspectos qualitativos e quantitativos da pesquisa, identificando padrões e tendência nos dados obtidos por meio da aplicação do questionário e dos resultados encontrados através dos cálculos de viabilidade. Para Vergara (2005, p. 15) “a análise de conteúdo é considerada uma técnica para o tratamento de dados que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema”.

Para um maior entendimento da condução do estudo, foi feito um fluxograma de delineamento contendo as etapas da pesquisa, desde o projeto até a conclusão do estudo. A seguir, na Figura 5, o fluxograma.

Figura 5: Fluxograma de delineamento da pesquisa



Fonte: A autora (2024).

A Figura 5 ilustra a sequência metodológica adotada neste estudo. Inicialmente, destacou-se a etapa de delineamento do tema, compreendendo a escolha do assunto, a delimitação do problema e sua justificativa. A partir desses elementos, foram estabelecidos os objetivos, geral e específicos da pesquisa. Em seguida, foi apresentado o embasamento teórico, que fundamenta o estudo e contextualiza o tema dentro do conhecimento existente.

Posteriormente, adentrou-se na definição da metodologia utilizada para conduzir a pesquisa, detalhando os métodos, procedimentos e as técnicas adotadas

para alcançar os objetivos propostos. Em seguida, foram descritas as etapas de coleta, análise e interpretação dos dados, que resultaram na apresentação dos resultados obtidos. Por fim, foram fornecidas as considerações finais, onde foram discutidas as principais descobertas da pesquisa, suas implicações e possíveis direcionamentos futuros. Este fluxograma representou de forma clara e ordenada o percurso seguido no desenvolvimento deste trabalho acadêmico.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

No presente capítulo, apresenta-se a caracterização da empresa e a análise do mercado de *pet shops* na cidade de Horizontina/RS, incluindo a caracterização do município e uma análise econômica detalhada. São apresentados os dados coletados em uma pesquisa local, com o objetivo de identificar a demanda por um novo *pet shop*, além de uma avaliação dos concorrentes e do público-alvo.

Seguindo essa análise de mercado, o capítulo aborda a viabilidade financeira do negócio, detalhando o capital necessário para o investimento, a identificação e a projeção de custos (com mão de obra, custos variáveis e fixos), bem como o fluxo de caixa da empresa. A análise também inclui a definição dos preços de venda de produtos e serviços e a projeção das receitas.

Além disso, são apresentados os principais indicadores econômicos e financeiros, como a Taxa Interna de Retorno (TIR), o Valor Presente Líquido (VPL), o tempo de retorno do investimento (Payback) e o custo de oportunidade do negócio. Esses elementos são fundamentais para orientar a tomada de decisão do empreendedor quanto à viabilidade do investimento.

Por fim, o capítulo explora as possibilidades de expansão do negócio, começando com os planos de saúde para pets e, em seguida, apresentando a alternativa de abrir um *pet shop* por meio de uma franquia já existente, ao invés de iniciar o negócio do zero. Essas alternativas de crescimento e diversificação visam orientar o empreendedor na tomada de decisão.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A proposta do *pet shop* tem como ideia inicial a implantação de um local físico no município de Horizontina/RS, com foco em oferecer serviços e produtos voltados para o bem-estar animal. O local será cuidadosamente escolhido para garantir fácil acesso e conveniência, buscando atender tanto aos moradores locais quanto aos visitantes da cidade.

Para iniciar suas operações de forma prática e legal, o *pet shop* poderá optar por se formalizar como Microempresa (ME). Essa escolha proporciona uma série de vantagens, como simplificação na burocracia, carga tributária reduzida e facilidade na

emissão de notas fiscais. Além disso, uma Microempresa (ME) permite a contratação de mais de um funcionário, o que se torna essencial para a estruturação inicial da equipe do *pet shop*.

Inicialmente, o principal serviço oferecido será o de banho e tosa, fundamental para a manutenção da higiene e saúde de animais de pequeno e médio porte. O *pet shop* também contará com uma ampla variedade de produtos, incluindo rações, petiscos, acessórios, roupas e outros itens importantes para o conforto e bem-estar dos pets.

A longo prazo, a empresa pretende expandir suas operações para incluir um hotel para os animais, uma clínica veterinária, a venda de medicamentos e a oferta de planos de saúde para pets. Tudo isso com o objetivo de ampliar seu negócio, diversificar as fontes de receitas e ainda atender a uma gama mais ampla de necessidades dos clientes. Ainda, essa diversificação permitirá oferecer um atendimento integrado e contínuo, fortalecendo a fidelização dos clientes e criando uma referência de excelência no mercado local.

Para o funcionamento adequado do *pet shop*, será necessário um planejamento detalhado em relação aos recursos humanos, materiais e infraestrutura. Inicialmente, o *pet shop* contará com uma equipe de três funcionários multifuncionais. Um gerente/atendente principal será responsável pela administração, incluindo a gestão financeira, controle de estoque, atendimento ao cliente e supervisão das operações diárias. Um groomer especializado cuidará dos serviços de banho e tosa, e a empresa investirá em cursos de tosa para qualificar sua equipe, assegurando a adoção de técnicas modernas de grooming e melhorando a qualidade dos serviços oferecidos (Pet Conecta Digital, 2022).

Além disso, um assistente geral oferecerá suporte em todas as áreas, auxiliando o groomer durante os serviços, ajudando no atendimento e vendas, e mantendo a limpeza e organização do estabelecimento. Essa estrutura permitirá um funcionamento eficiente, mesmo com uma equipe inicialmente reduzida, garantindo a qualidade dos serviços e o bom atendimento aos clientes.

A empresa necessitará de materiais e infraestrutura adequados para garantir um bom funcionamento do *pet shop*. A loja precisará de móveis e equipamentos como prateleiras, balcões, sistema de ponto de venda, gôndolas e displays para a exposição dos produtos. Para os serviços de banho e tosa, serão essenciais mesas de tosa, secadores, banheiras, piso impermeável, máquinas de tosa, tesouras, escovas,

colônias e produtos de higiene específicos, como por exemplo shampoos e condicionadores (Simples Vet, 2024).

A empresa também deverá investir em computadores e um sistema de gestão eficiente para controlar as vendas, estoques, agendamentos dos serviços e administração financeira em geral. A segurança da empresa será através de câmeras de vigilâncias e alarmes. Para concluir, serão necessárias uma identidade visual e a decoração para assim tornar o ambiente acolhedor e atraente para os clientes e seus pets, reforçando a marca e experiência dentro da empresa. Quanto a decoração, além dos móveis e expositores já citados, é importante considerar ainda as cores e temas do local, a iluminação, elementos naturais como plantas para tornar o ambiente mais fresco e relaxante, uma área para animais onde eles possam esperar confortavelmente, como tapetes ou camas.

Para garantir a eficiência operacional e a satisfação dos clientes, o *pet shop* contará com um estoque diversificado de produtos, como rações, patês, petiscos, acessórios, brinquedos, roupas e itens para saúde animal, proporcionando uma experiência de compra completa em um único local. A seguir, são apresentados o Quadro 1, com o inventário físico, e o Quadro 2, com o inventário humano da empresa.

Quadro 1: Inventário Físico do *Pet Shop*

CATEGORIA	QUANTIDADE
EQUIPAMENTOS E MAQUINÁRIOS	19
INFRAESTRUTURA	23
SEGURANÇA	3
UTENSÍLIOS E ACESSÓRIOS	47
DECORAÇÃO E IDENTIDADE VISUAL	27
ESTOQUE: ALIMENTOS PARA ANIMAIS	510
ESTOQUE: ACESSÓRIOS	605
ESTOQUE: BRINQUEDOS	124
ESTOQUE: PRODUTOS DE SAÚDE ANIMAL	60
ESTOQUE: ROUPAS	17
MATERIAIS DE LIMPEZA	35
TAXAS E LICENÇAS	5

Fonte: A autora (2024).

O Quadro 1 mostra, de forma resumida, uma visão geral do inventário físico necessário para a operação inicial do *pet shop*, incluindo equipamentos, infraestrutura, segurança, entre outros. Em seguida, o Quadro 2 com o inventário humano do *pet shop*.

Quadro 2: Inventário Humano do *Pet Shop*

FUNÇÃO	QUANTIDADE
ASSISTENTE GERAL	1
GERENTE/ATENDENTE	1
GROOMER	1

Fonte: A autora (2024).

O Quadro 2 descreve a composição inicial da equipe do pet shop, formada por três profissionais: um gerente/atendente para gerenciar operações e atender clientes, um groomer responsável pelos serviços de banho e tosa, e um assistente geral para suporte operacional e manutenção do espaço. Essa estrutura foi planejada para atender às demandas iniciais com eficiência e qualidade. Em seguida apresenta-se a análise de mercado na cidade de Horizontina/RS.

4.2 ANÁLISE DE MERCADO NA CIDADE DE HORIZONTINA/RS

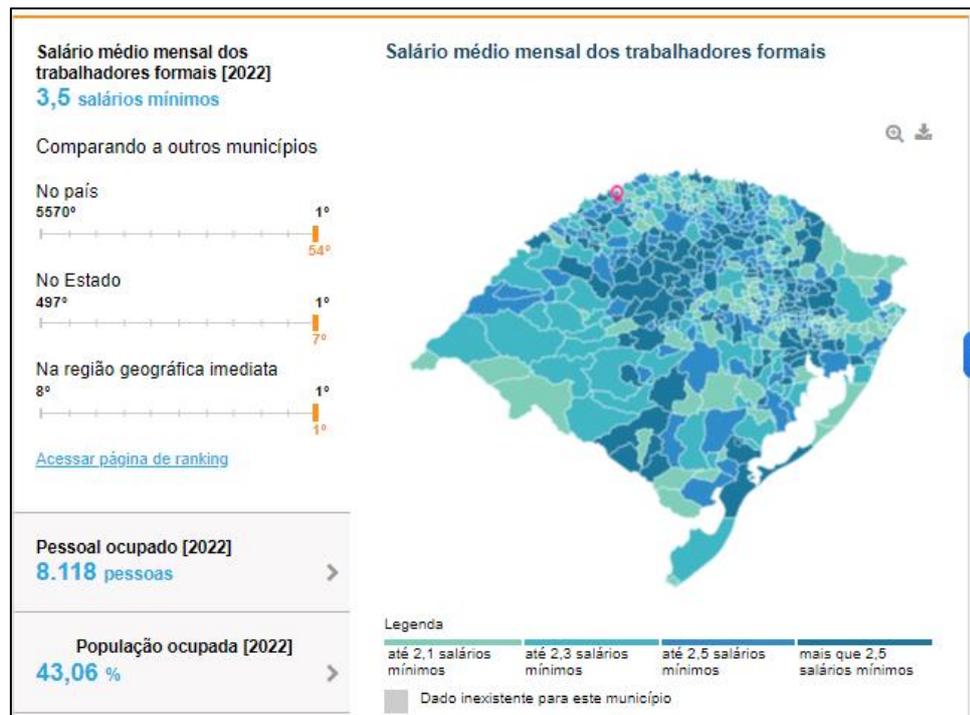
Uma análise de mercado é essencial para caracterizar a cidade onde se deseja implantar o *pet shop*, avaliando e compreendendo os concorrentes, as tendências de mercado, as estratégias de marketing e as oportunidades específicas para o setor de *pet shops*. Essa análise é fundamental para quem deseja empreender, investir ou expandir seus negócios na cidade em questão.

A seguir apresenta-se a caracterização e análise econômica do município de Horizontina/RS, a análise de mercado de *pet shops* no município de Horizontina/RS, contendo os concorrentes e público alvo.

4.2.1 Caracterização do Município de Horizontina/RS

A cidade de Horizontina emancipou-se em 28 de fevereiro de 1955. Localizada na Região Noroeste do Rio Grande do Sul, faz parte da microrregião de Santa Rosa e está distante 500 km de Porto Alegre. Com uma área territorial de 229,694 km² e população estimada em 18.851 habitantes com salário médio per capita de 2,5 salários mínimos em 2022 (IBGE, 2022). A seguir, na Figura 6, apresentam-se os dados do IBGE.

Figura 6: Salário médio mensal dos trabalhadores formais



Fonte: IBGE (2022).

A Figura 6 mostra que a cidade de Horizontina está em uma posição bastante favorável tanto no estado quanto no país, com o salário médio acima da média estadual e nacional. A alta colocação regional, 1º lugar entre 8 municípios e 7º no estado, mostram que Horizontina pode ser um polo econômico ou ter uma base de empregos formais mais qualificada ou valorizada. O percentual de população ocupada (43,06%) é um indicador importante da participação ativa no mercado de trabalho, sugerindo uma taxa considerável de emprego formal no município.

Outro fator importante a ser considerado é que em relação ao Censo de 2010, a população aumentou 2,74%, passando de 18.348 para 18.851 habitantes. Considerando esse crescimento populacional juntamente com um índice salarial relativamente alto, as chances de sucesso de um negócio, ao analisar apenas esse aspecto, são maiores do que em outras cidades (Meu Município, 2021). A seguir, apresenta-se a análise de mercado do município de Horizontina/RS.

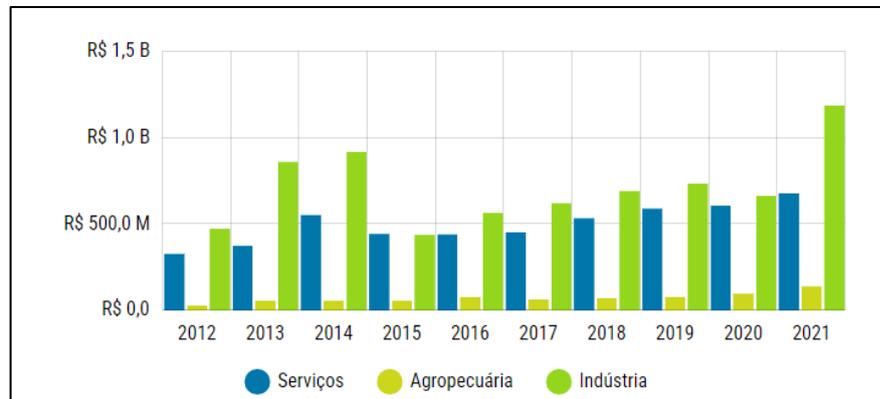
4.2.2 Análise Econômica do Município de Horizontina/RS

Horizontina é um município com uma economia diversificada, onde a indústria se destaca como o principal motor econômico. Com um forte enfoque na indústria

metalomecânica e na produção de máquinas e implementos agrícolas, o setor industrial impulsiona o desenvolvimento local. O setor de serviços também desempenha um papel crucial, atendendo às demandas da população e contribuindo para a geração de empregos e renda. A agropecuária, embora de menor peso comparado à indústria, continua sendo uma parte essencial da economia do município, com a produção agrícola e pecuária adicionando valor significativo ao PIB local.

A seguir na Figura 7, apresenta-se o valor que cada setor da economia acresce ao valor final de tudo o que foi produzido no município de Horizontina, conhecido como VAB.

Figura 7: VAB dos Serviços, Agropecuária e da Indústria



Fonte: Indicadores Municipais (2021).

A Figura 7 relata os três principais setores econômicos de Horizontina entre os anos de 2012 a 2021. Observa-se que a indústria tem apresentado um crescimento expressivo ao longo desse período, com um pico significativo em 2021, onde o VAB alcançou R\$1,2 bilhão, o que reflete a importância deste setor como o principal motor econômico da cidade. O setor de serviços manteve um crescimento relativamente estável ao longo desses anos, contribuindo consistentemente para o PIB municipal. Já a agropecuária mostra variações mais acentuadas, com pico também em 2021, com o VAB de R\$133,3 milhões.

A cidade de Horizontina apresenta uma economia forte e diversificada, onde a indústria desempenha o papel central no desenvolvimento econômico do município, complementada pelos setores de serviços e agropecuária. O crescimento populacional, aliado a um salário médio acima das médias estadual e nacional, fortalece a posição de Horizontina como um polo regional, criando um ambiente

favorável para novos empreendimentos e oportunidades de negócios. Esses fatores combinados, destacam a cidade como um local promissor para o investimento e a geração de empregos qualificados.

Conforme dados de Horizontina (2024), o município abriga 2.551 empresas ativas, distribuídas em mais de 19 segmentos diferentes. A seguir, será apresentada uma análise de mercado específica para o setor de *pet shops*, visando auxiliar a tomada de decisão do empreendedor.

4.2.3 Análise de Mercado de *Pet Shops* na Cidade de Horizontina/RS

A análise de mercado de *pet shops* em Horizontina/RS busca identificar o potencial de crescimento desse setor, considerando a valorização dos animais de estimação e o perfil econômico da população local. Com a economia em expansão e um poder aquisitivo relativamente elevado, essa análise permitirá entender a demanda, avaliar a concorrência e definir estratégias eficazes para a implantação de um novo *pet shop* na cidade de Horizontina/RS.

Para garantir a conformidade com as regulamentações, é essencial verificar o código da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Para *pet shops*, o código principal é 4789-0/04, que cobre a venda de artigos e alimentos para animais de estimação, excluindo medicamentos. Além disso, serviços complementares, como banho e tosa, podem ser classificados sob códigos secundários, como 9609-2/01, que abrange "Serviços de cuidados com animais". Esses códigos permitem que o *pet shop* amplie sua oferta de serviços enquanto se mantém dentro das regulamentações estabelecidas (Neon, 2024). Em seguida serão abordados os possíveis concorrentes do *pet shop* em Horizontina/RS.

4.2.4 Concorrentes

Para analisar as empresas concorrentes, utilizou-se uma pesquisa de campo e bibliográfica, na qual se contabilizou ao menos 12 concorrentes diretos para o novo *pet shop* na cidade de Horizontina/RS, como pode ser observado no Quadro 3 a seguir.

Quadro 3: Análise de Concorrentes Diretos

CONCORRENTES DIRETOS <i>PET SHOP</i>	HIGIENE E EMBELEZAMENTO DE ANIMAIS DOMÉSTICOS	COMÉRCIO VAREJISTA DE ANIMAIS VIVOS E DE ARTIGOS E ALIMENTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO
AGROPECUÁRIA RECANTO GAÚCHO	NÃO	SIM
AGROPET	NÃO	SIM
AMICÃO	SIM	NÃO
ANIMEDI	SIM	SIM
EMPÓRIO PET	SIM	SIM
GOLDENPET	NÃO	SIM
HOUSE PET	SIM	NÃO
IMPÉRIO PET VETERINÁRIA	SIM	SIM
KAO KI LATI	SIM	SIM
KAO QUI MIA	SIM	SIM
PETFOOD - CASA DA RAÇÃO	NÃO	SIM
RW KLEIN AGROPECUÁRIA	NÃO	SIM

Fonte: A autora (2024).

Para a criação do Quadro 3, foram analisados os serviços e as linhas de produtos oferecidos pelos concorrentes, que são semelhantes aos do *pet shop*, sendo organizados em duas categorias:

- Higiene e embelezamento de animais domésticos: essa categoria inclui todos os serviços relacionados ao cuidado estético e de higiene dos pets. Sendo os principais serviços: banho, tosa, corte de unhas, limpeza de ouvidos, escovação de dentes, hidratação, perfumes e laços.
- Comércio varejista de animais vivos e de artigos e alimentos para animais de estimação: abrange a venda de produtos como rações e alimentos especializados, petiscos e suplementos, acessórios, produtos de higiene, roupas e acessórios para pets.

Pode-se observar que dos 12 concorrentes analisados, apenas 5 (Animedi, Empório Pet, Império Pet Veterinária, Kão Ki Lati e Kão Qui Mia) oferecem a mesma combinação de serviços e produtos que o *pet shop* pretende disponibilizar. Esses concorrentes já atuam em ambos os segmentos, fornecendo serviços de banho, tosa e cuidados de higiene, além de comercializarem uma gama de produtos como rações, petiscos e acessórios para animais de estimação. Esses concorrentes representam uma competição direta, mas também reforçam a relevância de atuar em ambas as frentes.

Nota-se também que 7 concorrentes oferecem apenas uma das categorias. Por exemplo, a Agropecuária Recanto Gaúcho, Agropet, Golden Pet, Petfood – Casa da Ração e RW Klein Agropecuária focam exclusivamente no comércio de artigos e

alimentos para pets, sem oferecer serviços de higiene e embelezamento. Entretanto, as empresas Amicão e House Pet oferecem o serviço de embelezamento, mas não possuem uma linha de produtos para oferecer.

Sendo assim, o *pet shop* objeto deste estudo se destaca ao oferecer uma solução completa, que integra cuidados estéticos e uma ampla variedade de produtos para pets em um único local. Embora não seja o único estabelecimento a combinar esses serviços, o diferencial competitivo da empresa está em sua estratégia de longo prazo, que prevê a expansão para novos segmentos, como a implantação de um hotel para animais, clínica veterinária, venda de medicamentos e planos de saúde para pets. Essa visão de crescimento posiciona o *pet shop* de forma única no mercado local, proporcionando uma experiência cada vez mais completa e diferenciada, além de fidelizar clientes pela conveniência e qualidade de serviços integrados.

Além dos 12 concorrentes diretos analisados, o mercado de *pet shops* da cidade de Horizontina/RS ainda conta com concorrentes indiretos, que não oferecem exatamente os mesmos produtos, mas competem de maneira diferente pela mesma clientela. De acordo com Horizontina (2024), quanto as concorrentes indiretas, contabilizou-se pelo menos 47 estabelecimentos, como pode ser observado no Quadro 4, a seguir.

Quadro 4: Análise de Concorrentes Indiretos

CONCORRENTES INDIRETOS <i>PET SHOP</i>	Nº DE ESTABELECIMENTOS
MERCADOS	41
E-COMMERCE	INDETERMINADO
AGROPECUÁRIAS	6

Fonte: A autora (2024).

Para a criação do Quadro 4, foram analisados tanto mini mercados quanto supermercados da cidade de Horizontina/RS, que frequentemente possuem seções dedicadas a produtos para pets, como rações, brinquedos e outros itens. Esses mercados representam uma concorrência indireta ao atender algumas das necessidades básicas dos consumidores de *pet shops*.

O e-commerce especializado em produtos para pets também se configura como um concorrente indireto relevante, especialmente considerando o crescimento das compras online. Entre os principais concorrentes online, destacam-se a Amazon, Mercado Livre e Petlove, que oferecem uma ampla variedade de produtos para pets.

A concorrência no e-commerce é vasta e indeterminada, tornando esse canal um aspecto crucial no planejamento estratégico da empresa.

Além das agropecuárias já mencionadas como concorrentes diretos, foram identificadas mais 6 agropecuárias na cidade de Horizontina que, embora tenham um foco predominante no comércio de produtos agrícolas, também oferecem artigos e alimentos para pets. Assim, essas agropecuárias configuram-se como concorrentes indiretos ao atenderem parte da demanda de produtos para animais, representando uma alternativa para os consumidores que buscam itens básicos para seus pets. A seguir, será apresentada uma análise detalhada do público-alvo do *pet shop*, destacando as preferências e demandas específicas desse grupo.

4.2.5 Público Alvo

O público alvo é um segmento de consumidores com características semelhantes e que têm necessidades e desejos comuns que podem ser atendidos pelos produtos e serviços de uma empresa específica. Ter um público-alvo bem estabelecido é essencial para o sucesso de qualquer empreendimento, pois permite uma abordagem mais eficiente e focada, melhorando a probabilidade de lucratividade e a reputação da marca (Zendesk, 2024).

O público alvo do *pet shop* é diversificado e abrange a população de Horizontina/RS. Considerando a pesquisa realizada e as características dos possíveis clientes, o público-alvo pode ser descrito da seguinte forma:

- Homens e mulheres, residentes de Horizontina;
- Donos de animais de estimação que necessitam de serviços regulares ou ocasionais de banho e tosa para manter a higiene e saúde dos seus animais;
- Pessoas que compram produtos para seus pets, como rações, petiscos, acessórios e itens de higiene, e que frequentam *pet shops* com diferentes frequências, desde semanalmente até anualmente;
- Clientes que consideram importantes fatores como preço, variedade, qualidade dos produtos, atendimento ao cliente e localização ao escolher um *pet shop*;
- Pessoas que podem ter interesse em planos de saúde para pets, buscando cobertura para serviços como consultas de rotina, vacinas, exames laboratoriais, procedimentos cirúrgicos e tratamentos de emergência;

- Indivíduos que ocasionalmente visitam *pet shops* para adquirir produtos especiais ou presentes para seus animais de estimação e que valorizam a presença de um novo *pet shop* na comunidade local como um benefício.

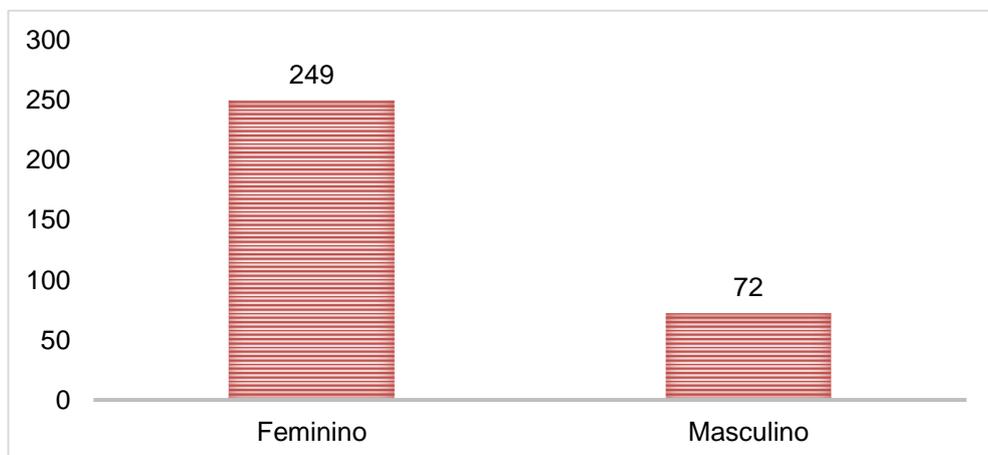
A partir disso, apresenta-se a pesquisa para identificação de demanda para um novo *pet shop*.

4.3 IDENTIFICAÇÃO DE DEMANDA PARA UM NOVO *PET SHOP* EM HORIZONTINA/RS

A fim de identificar a demanda potencial para um novo *pet shop* em Horizontina/RS, foi realizada uma pesquisa junto à população urbana, com o objetivo de compreender o perfil dos consumidores, suas necessidades e preferências em relação aos produtos e serviços para pets. O questionário, composto por 20 perguntas, visava alcançar uma amostra de aproximadamente 390 indivíduos, considerando uma margem de erro amostral de 5%.

Ao final, foram obtidas 321 respostas, e o erro amostral foi ajustado para 5,05%, mantendo a representatividade da pesquisa em relação à população urbana do município. Os resultados estão apresentados na sequência. Na sequência, são apresentados os resultados obtidos, iniciando pela Figura 8, que ilustra a distribuição do sexo entre os respondentes.

Figura 8: Sexo do público pesquisado

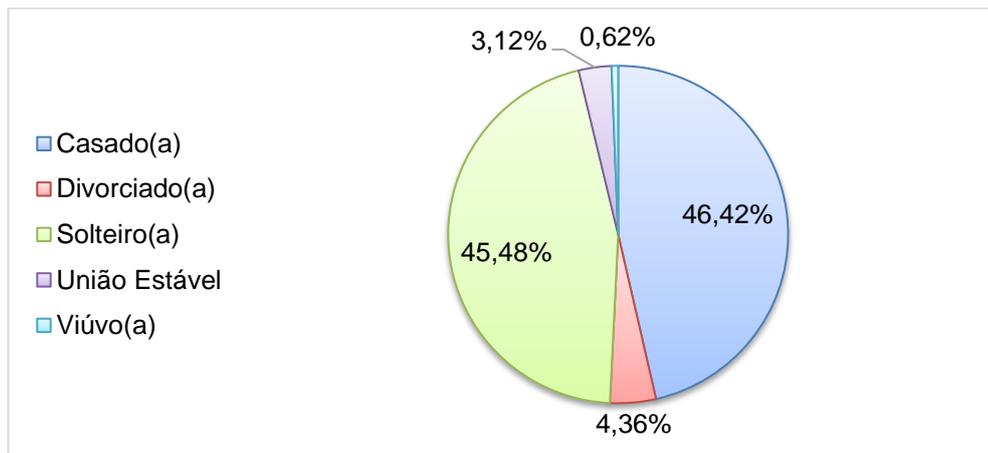


Fonte: A autora (2024).

Conforme ilustrado na Figura 8, que apresenta a distribuição de sexo dos respondentes do questionário, dos 321 participantes, 77,57% foram mulheres e 22,43% homens, o que equivale a 249 mulheres e 72 homens. Uma justificativa para o maior percentual de mulheres entre os respondentes pode estar relacionada ao fato de que, de maneira geral, as mulheres tendem a ser mais engajadas e participativas em pesquisas, especialmente quando o tema está relacionado a questões de consumo ou de interesse pessoal.

A variável “sexo” foi considerada um importante fator de estratificação da amostra, pois influencia diretamente o perfil de consumo e as preferências relacionadas aos produtos e serviços oferecidos por um *pet shop*. Essa análise permite compreender qual público está mais propenso a consumir os serviços e produtos do estabelecimento, possibilitando o desenvolvimento de estratégias direcionadas. Na Figura 9, apresenta-se o estado civil dos respondentes.

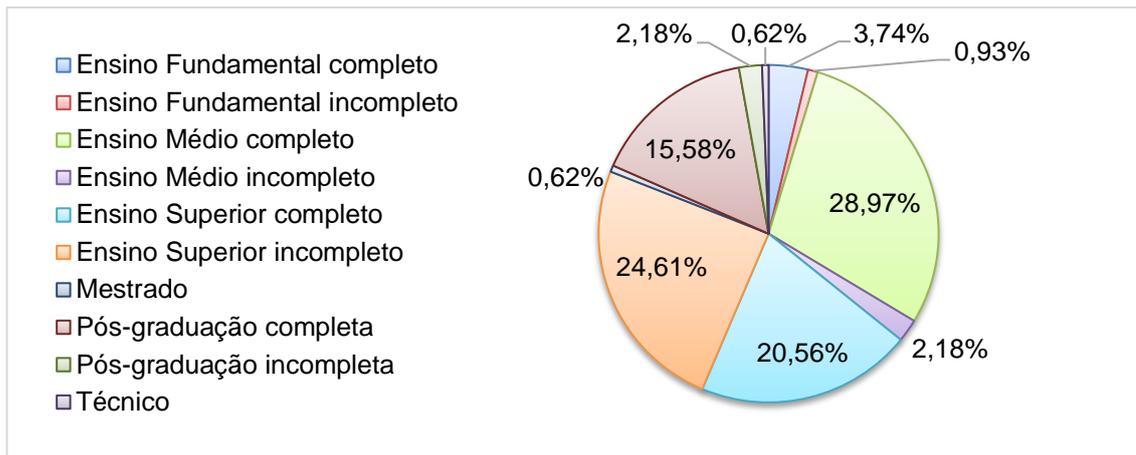
Figura 9: Estado civil do público pesquisado



Fonte: A autora (2024).

Conforme os dados da Figura 9, 46,42% dos participantes informaram ser casados(as), enquanto que 45,48% se declararam solteiros(as). Aproximadamente 8,1% dos respondentes estão enquadrados em outras categorias, como divorciado(a), em união estável ou viúvo(a). A Figura 10 apresenta o nível de escolaridade dos participantes da pesquisa.

Figura 10: Nível de escolaridade dos respondentes



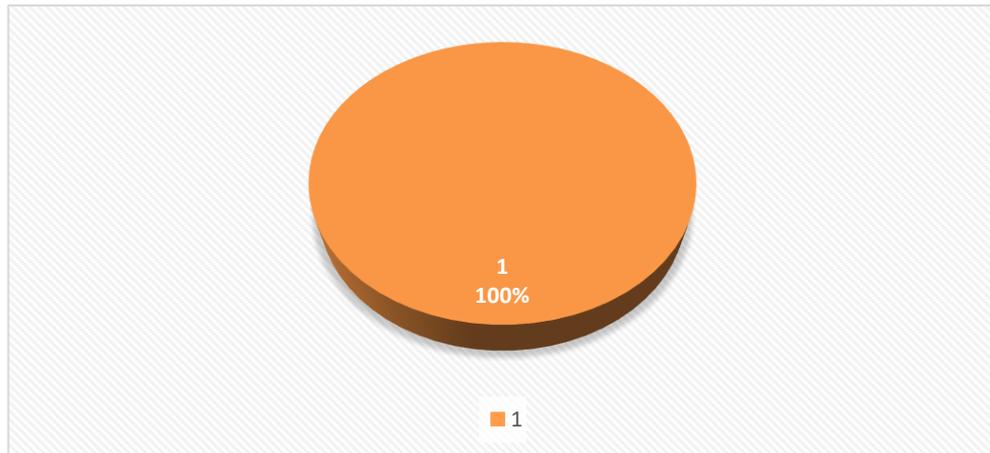
Fonte: A autora (2024).

Observa-se na Figura 10, que 28,97%, ou seja, 93 dos respondentes possuem Ensino Médio completo, seguido por 24,61% (79 pessoas) com Ensino Superior incompleto. Outros 20,56% (66 pessoas) têm Ensino Superior completo, enquanto 15,58% (50) possui Pós-Graduação completa. Uma menor parcela da amostra se distribui entre as demais categorias, como Ensino Fundamental e Pós-Graduação incompleta.

Esses dados indicam que a maioria dos respondentes possui um nível educacional elevado, com um número expressivo de indivíduos que completaram ou estão próximos de completar o Ensino Médio ou Ensino Superior. Essa variação no nível de escolaridade pode influenciar as preferências e o comportamento de consumo, como a escolha de produtos e serviços oferecidos por um *pet shop*.

A estratificação da amostra por fatores como escolaridade é importante para entender melhor o perfil dos consumidores potenciais, permitindo o desenvolvimento de estratégias mais direcionadas e adaptadas às necessidades específicas de cada grupo. Na Figura 11, mostram-se os residentes de Horizontina/RS.

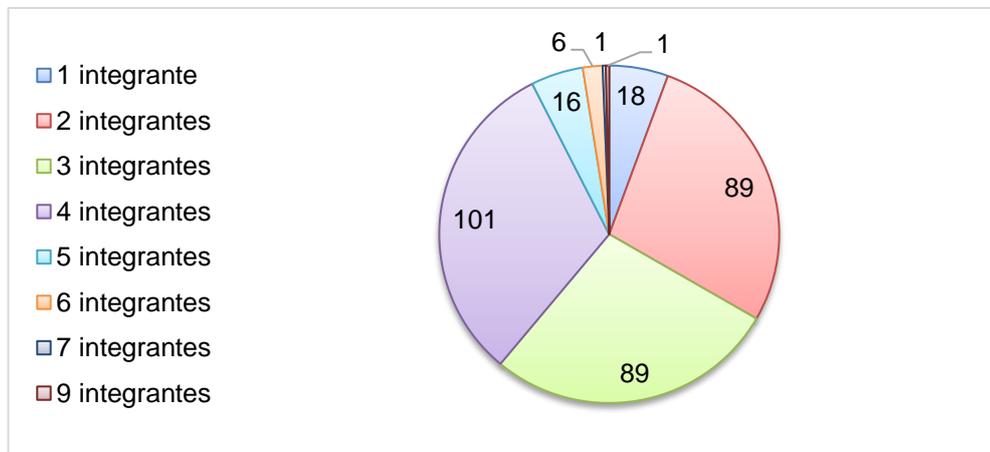
Figura 11: Residentes da cidade de Horizontina/RS



Fonte: A autora (2024).

A pesquisa analisou exclusivamente moradores de Horizontina/RS, totalizando 321 respondentes. Dessa forma, a Figura 11, mostra que 100% dos participantes residem na cidade. Esses dados são essenciais para a análise de mercado do *pet shop*, uma vez que a totalidade dos respondentes conhece bem a cidade e suas necessidades, o que pode impactar diretamente na demanda por produtos e serviços oferecidos. A Figura 12 demonstra a quantidade de integrantes que a família do respondente possui.

Figura 12: Quantidade de integrantes na família dos respondentes



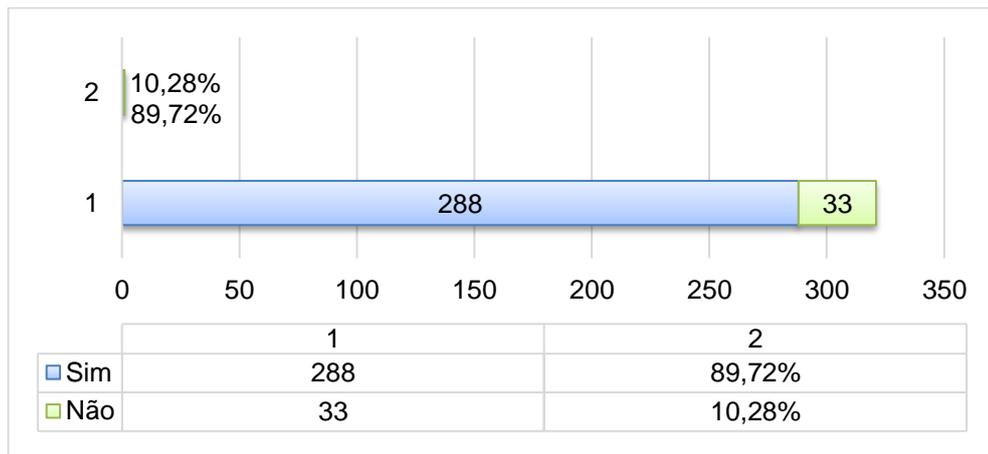
Fonte: A autora (2024).

A Figura 12 mostra que 101 respondentes (31,46%) possuem famílias com 4 integrantes. Em seguida, 89 pessoas (27,73%) possuem, 2 ou 3 integrantes. Além disso, 18 pessoas (5,61%) moram sozinhas, ou seja, suas famílias têm apenas 1

integrante. Famílias com 5 integrantes representam 16 dos respondentes (4,98%), enquanto que 6 pessoas (1,87%) têm 6 integrantes. Por fim, apenas 2 respondentes (0,62%) possuem mais que 6 integrantes. Esses dados mostram uma diversidade na estrutura familiar da população, com uma predominância de famílias compostas por até 4 integrantes. Essa informação pode ser relevante para entender as dinâmicas de consumo e as necessidades dos serviços oferecidos, como os do *pet shop* planejado.

A Figura 13, demonstra o número de respondentes que possui animal de estimação.

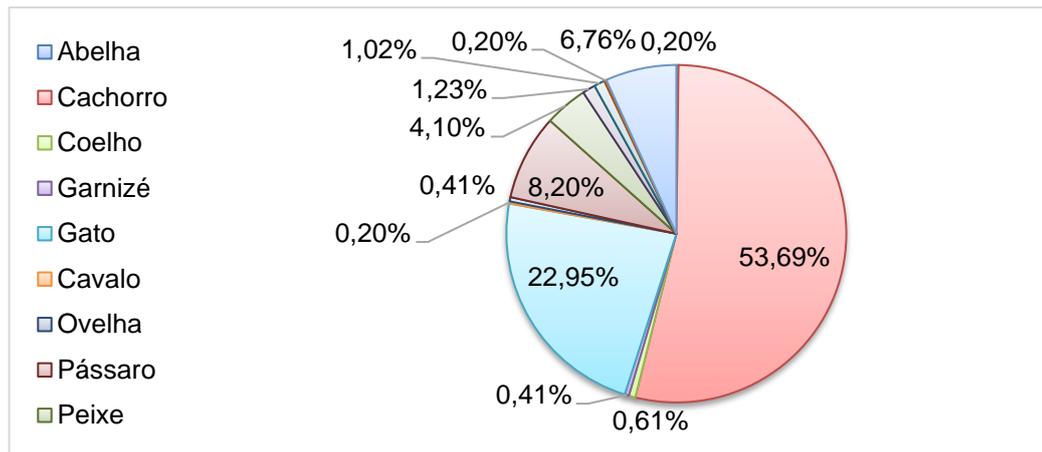
Figura 13: Posse de animais de estimação entre os respondentes



Fonte: A autora (2024).

Conforme a Figura 13, dos 321 participantes da pesquisa, 288 declararam ter algum animal de estimação, o que representa aproximadamente 89,72% do total. Em contrapartida, apenas 33 pessoas, ou 10,28%, informaram que não têm animais de estimação. Esses dados indicam uma forte presença de pets entre os moradores de Horizontina, o que pode ser um fator importante a considerar na análise de mercado do *pet shop* planejado. A Figura 14, mostra quais animais de estimação esses respondentes possuem.

Figura 14: Tipos de animais de estimação dos respondentes



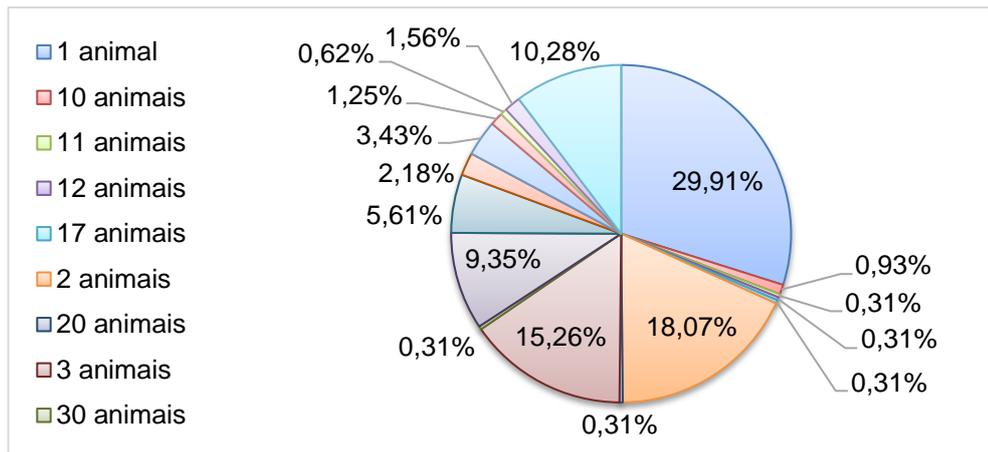
Fonte: A autora (2024).

A análise da Figura 14 mostra que a maioria dos respondentes, 53,69% (262 pessoas), possui cães, enquanto 22,95% (112 pessoas) têm gatos. As aves aparecem com 8,20% (40 pessoas), seguidas por peixes com 4,10% (20 pessoas). Roedores, com 1,23% (6 pessoas), e répteis, com 1,02% (5 pessoas), têm representatividade ainda menor. Outros animais, como coelhos e tartarugas, são citados por uma porcentagem mínima, refletindo sua baixa popularidade entre os tutores de pets locais.

Em comparação, dados da Forbes (2022), mostram que no Brasil, aproximadamente 58% dos lares têm cães, 28% têm gatos, 11% têm aves e 7% têm peixes. Isso indica uma preferência nacional semelhante à encontrada na pesquisa realizada em Horizontina/RS, reforçando a relevância do mercado voltado para esses animais de estimação.

A seguir, na Figura 15, observa-se quantos animais de estimação cada respondente possui.

Figura 15: Quantidade de animais de estimação que os respondentes possuem

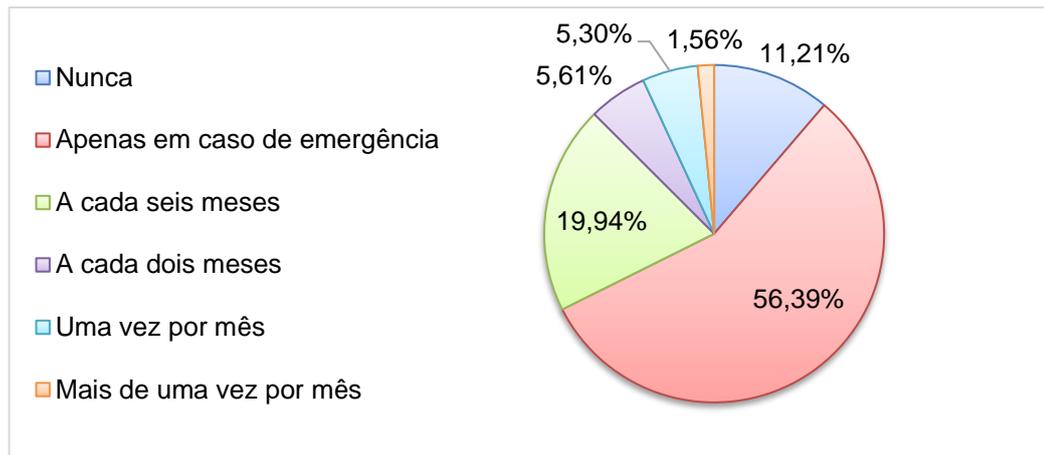


Fonte: A autora (2024).

Na Figura 15 observa-se que 29,91% (96 pessoas) possuem apenas 1 animal de estimação, seguidos por 18,07% (58 pessoas) que têm 2. Um número considerável de 15,26% (49 pessoas) possui 3 animais. A seguir, 9,35% (30 pessoas) têm 4, enquanto 5,61% (18 pessoas) possuem 5 pets. Em uma proporção menor, 3,43% (11 pessoas) têm 7 animais, e 2,18% (7 pessoas) com 6. Além disso, uma parte da amostra é composta por tutores com um número maior de pets, incluindo a resposta "muitos animais", citada por 1,56% (5 pessoas). Outras respostas indicam 1,25% (4 pessoas) com 8, 0,93% (3 pessoas) têm 10, 0,62% (2 pessoas) com 9, e 0,31% (1 pessoa) cada, possuindo 11, 12, 17, 20 e 30 animais.

Comparando esses resultados locais com o Censo Pet (2018), que apontou uma população nacional de 54,2 milhões de cães e 23,9 milhões de gatos, nota-se que a posse de animais em Horizontina segue a tendência nacional de crescente presença de pets nos lares. O aumento de gatos como escolha popular, especialmente em áreas urbanas, reflete uma busca por animais que requerem menos espaço, o que também pode estar associado ao número considerável de tutores com múltiplos animais na pesquisa local. A Figura 16 mostra a frequência que o respondente procura um médico veterinário para seus animais de estimação.

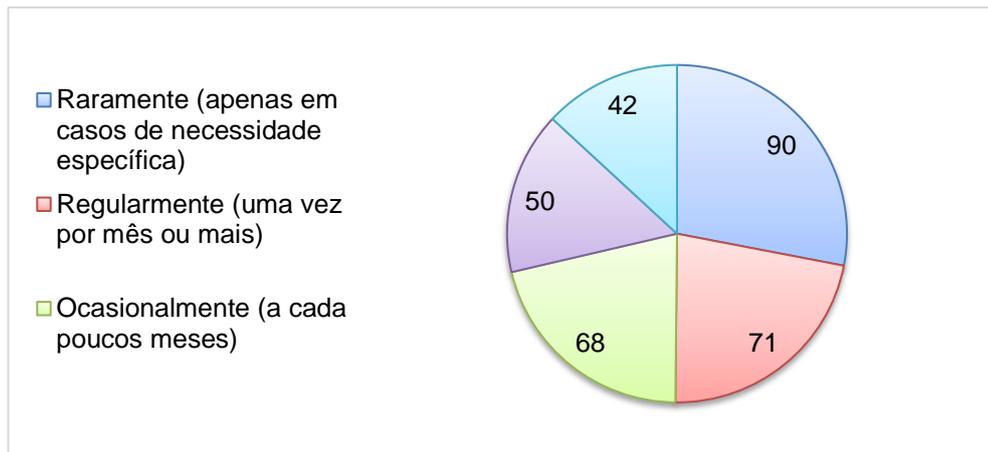
Figura 16: Frequência de consultas ao médico veterinário para animais de estimação



Fonte: A autora (2024).

A Figura 16 mostra que a maioria dos respondentes (56,39%) busca um veterinário apenas em casos de emergência, enquanto 19,49% realizam consultas preventivas a cada seis meses. Apenas 7,9% fazem visitas mensais ou mais frequentes, e 11,21% nunca levam seus animais ao veterinário. Esses dados revelam uma demanda maior por atendimentos emergenciais e destacam a necessidade de conscientização sobre a importância de cuidados preventivos e consultas regulares. Promover a educação sobre saúde animal pode ser uma estratégia eficaz para incentivar tutores a buscarem atendimento veterinário de forma mais frequente e proativa. A Figura 17 mostra a frequência que o respondente costuma levar seu(s) animal(is) de estimação ao *pet shop*.

Figura 17: Frequência de visitas ao *pet shop* para animais de estimação

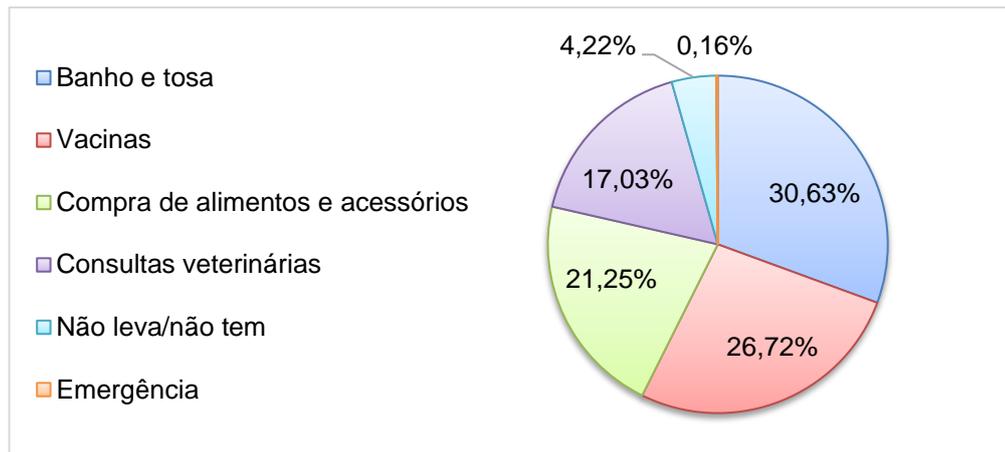


Fonte: A autora (2024).

Conforme a Figura 17, a maior proporção dos respondentes, representando 90 pessoas (28,4%), leva seus animais de estimação raramente ao *pet shop*, utilizando esses serviços apenas em casos de necessidade específica. Em seguida, 71 tutores (22,12%) fazem visitas regulares, indo ao *pet shop* uma vez por mês ou mais. Um número semelhante, 68 respondentes (21,18%), leva seus pets ocasionalmente, a cada poucos meses. Além disso, 50 respondentes (15,58%) nunca levam seus animais ao *pet shop*, indicando uma subutilização desses serviços.

Por outro lado, 42 tutores (13,08%) levam seus pets frequentemente, uma vez por semana. Esses dados sugerem que, embora alguns tutores busquem serviços regulares, a maioria opta por cuidados menos frequentes, apontando uma oportunidade para promover a importância dos atendimentos regulares e conscientizar sobre os benefícios oferecidos pelos *pet shops*. A Figura 18 apresenta os serviços que os tutores costumam utilizar em *pet shops*, permitindo a seleção de mais de uma opção.

Figura 18: Serviços utilizados pelos tutores em *pet shops* para animais de estimação



Fonte: A autora (2024).

Conforme a Figura 18, os serviços mais utilizados pelos tutores em *pet shops* são banho e tosa, com 196 menções, representando 30,63% do total de 640 respostas. Em segundo lugar, as vacinas foram citadas 171 vezes (26,72%), destacando-se como um serviço bastante procurado. A compra de alimentos e acessórios aparece com 136 respostas, correspondendo a 21,25% das escolhas, enquanto consultas veterinárias foram mencionadas 109 vezes, equivalendo a 17,03%.

Um número menor de respondentes, 27 pessoas (4,22%), afirmou que não leva seus animais ao *pet shop* ou não possui pets, e apenas 1 pessoa (0,16%) mencionou emergências como motivo para utilizar um *pet shop*. Esses dados sugerem que os serviços voltados para a aparência e saúde básica dos pets, como banho, tosa e vacinas, são bastante procurados pelos tutores em Horizontina/RS.

Além disso, a significativa demanda por alimentos e acessórios aponta para uma possível oportunidade de mercado para *pet shops* que queiram diversificar suas ofertas. Investir em produtos de qualidade e em serviços especializados, como consultas veterinárias, pode ser uma estratégia interessante para ampliar o atendimento às necessidades dos tutores da região. A Figura 19 ilustra as respostas dos participantes sobre a compra de produtos para animais de estimação na cidade de Horizontina.

Figura 19: Compra de produtos para animais de estimação em Horizontina/RS

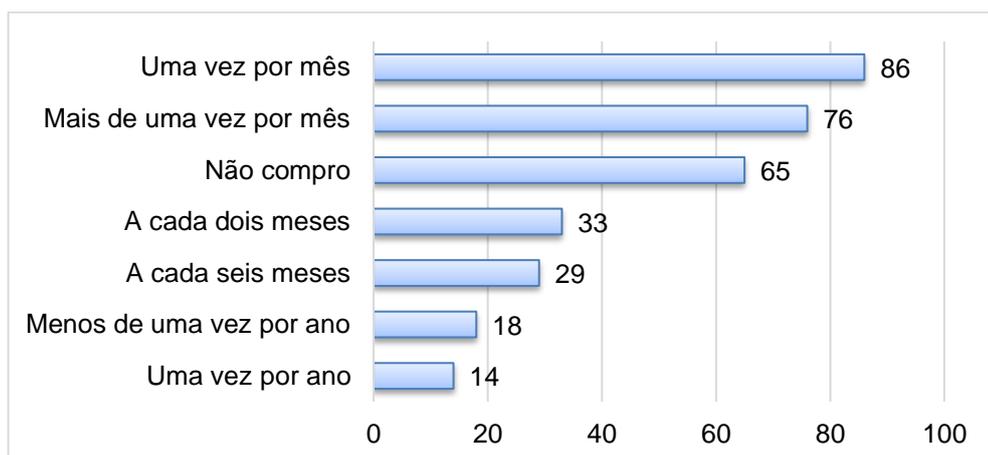


Fonte: A autora (2024).

Conforme os dados apresentados na Figura 19, a grande maioria dos respondentes, 247 pessoas (76,95%), afirmou que costuma comprar produtos para animais de estimação em Horizontina. Por outro lado, 74 pessoas (23,05%) indicaram que não realizam essas compras na cidade.

Esses resultados sugerem que a maioria dos tutores de animais em Horizontina/RS está ativa no mercado de produtos para pets, o que pode indicar uma demanda robusta por esses itens. Isso ressalta a importância de *pet shops* e estabelecimentos que oferecem produtos para animais de estimação, evidenciando um potencial significativo para o crescimento do setor em Horizontina. A Figura 20 apresenta a frequência que essas pessoas costumam fazer as compras de produtos para seus animais de estimação em Horizontina.

Figura 20: Frequência de compras de produtos para animais de estimação em Horizontina/RS

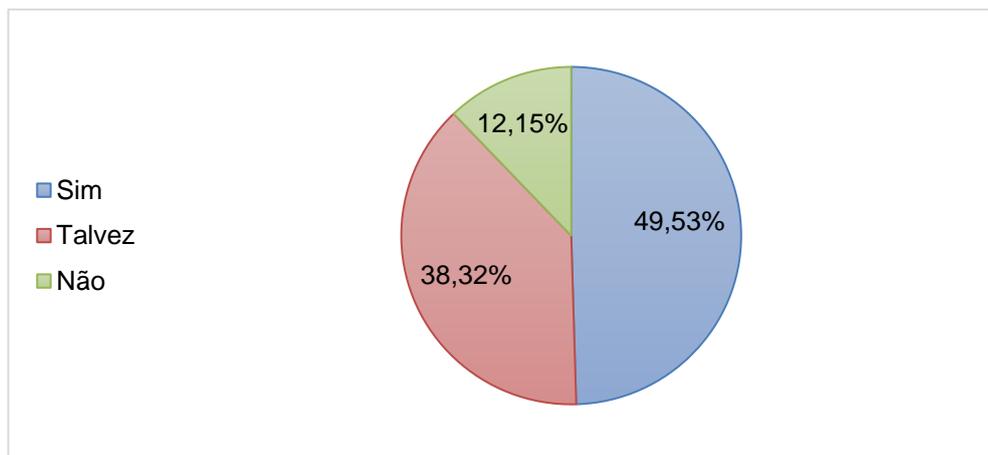


Fonte: A autora (2024).

Conforme a Figura 20, observa-se que a maioria dos respondentes realiza compras de produtos para animais de estimação em Horizontina uma vez por mês, totalizando 86 pessoas, o que representa 26,79% do total. Em seguida, 76 respondentes (23,68%) afirmam comprar produtos mais de uma vez por mês. Outros 65 participantes (20,25%) indicaram que não costumam adquirir produtos para seus pets. Além disso, 33 pessoas (10,28%) fazem essas compras a cada dois meses, enquanto 29 (9,03%) o fazem a cada seis meses. Uma parcela menor de respondentes realiza compras menos de uma vez por ano (18 pessoas, 5,61%) ou uma vez por ano (14 pessoas, 4,36%).

Esses dados indicam que a frequência de compras de produtos para animais de estimação é significativa na cidade, com uma parte considerável dos tutores realizando compras mensais ou até mais frequentes, reforçando a relevância desse mercado em Horizontina. A Figura 21 ilustra o interesse dos respondentes em frequentar um novo *pet shop* na cidade.

Figura 21: Intenção de frequentar um novo *pet shop* em Horizontina/RS



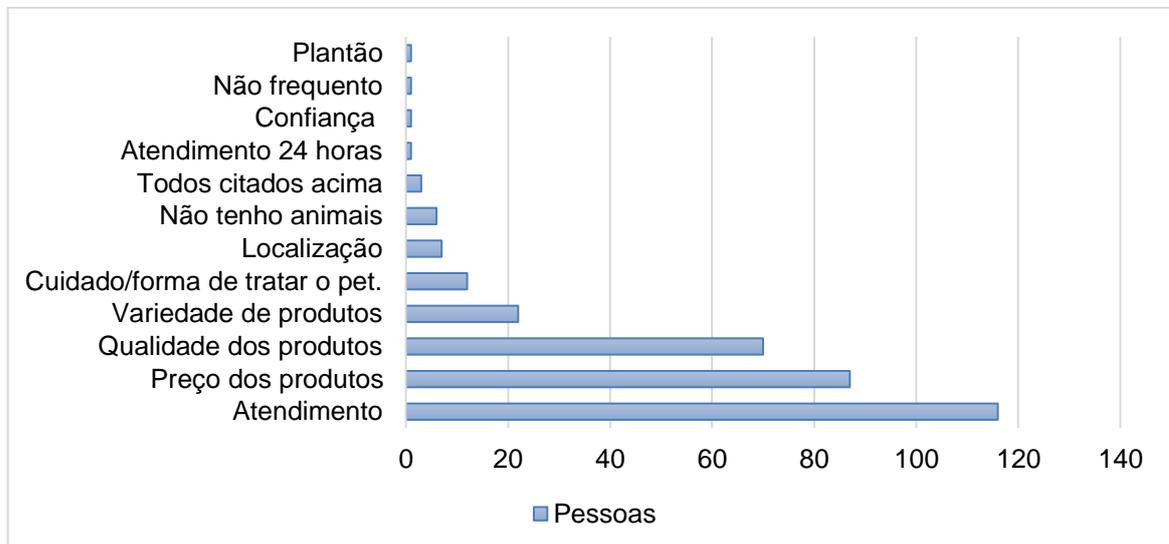
Fonte: A autora (2024).

De acordo com a Figura 21, 159 respondentes (49,53%) afirmaram que frequentariam um novo *pet shop* em Horizontina. Além disso, 123 pessoas (38,32%) consideraram a possibilidade de visitar um novo estabelecimento, indicando uma abertura significativa para essa ideia. Por outro lado, 39 respondentes (12,15%) declararam que não teriam interesse em frequentar um novo *pet shop*. Esses resultados revelam uma receptividade expressiva à abertura de um novo *pet shop* na cidade, com quase 50% dos entrevistados mostrando interesse direto e uma parcela

considerável inclinada a avaliar essa possibilidade. Isso reforça o potencial de mercado para um novo estabelecimento na região.

A Figura 22 apresenta o que os tutores de animais domésticos consideram mais importante ao escolher um *pet shop*.

Figura 22: Aspectos mais importantes na escolha de um *pet shop*



Fonte: A autora (2024).

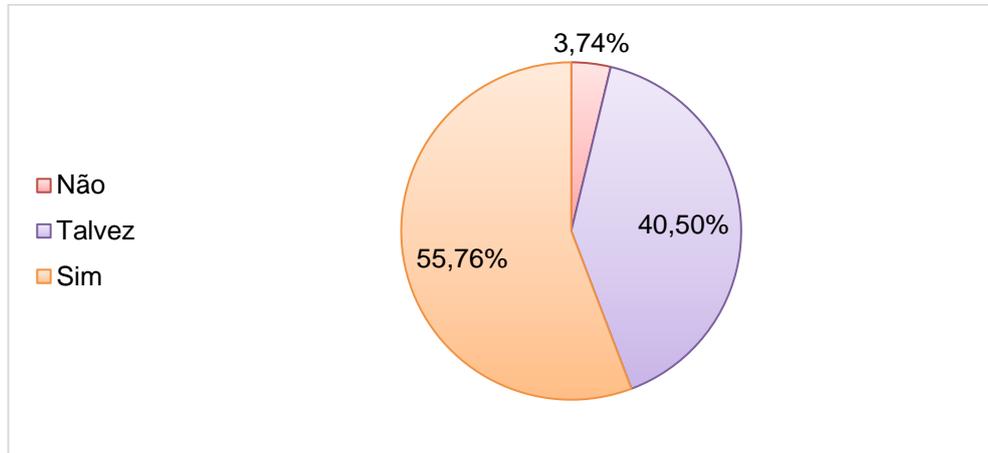
Conforme a Figura 22, os 321 respondentes tiveram a oportunidade de selecionar ou escrever mais de uma resposta, totalizando 326 escolhas. O aspecto mais relevante ao escolher um *pet shop* foi o atendimento, mencionado por 116 pessoas (35,47%). Em seguida, o preço dos produtos foi considerado essencial por 87 respondentes (26,61%), enquanto a qualidade dos produtos foi destacada por 70 pessoas (21,41%).

A variedade de produtos foi relevante para 22 respondentes (6,73%), e o cuidado ou a forma de tratar o pet foram citados por 12 pessoas (3,67%). Outros aspectos, como a localização, foram importantes para 7 respondentes (2,14%), enquanto 6 pessoas (1,83%) afirmaram não possuir animais. Ainda, 3 respondentes (0,92%) consideraram todos os fatores citados importantes, e os itens atendimento 24 horas, confiança, não frequento e plantão receberam apenas 1 menção cada (0,31%).

Esses resultados sugerem que, para ter sucesso no mercado de Horizontina, um novo *pet shop* deve priorizar um bom atendimento ao cliente, oferecer preços competitivos e manter produtos de qualidade. Além disso, a oferta de opções diversificadas pode ser um diferencial importante para atrair e fidelizar os clientes. A

Figura 23 apresenta a percepção da comunidade local sobre a abertura de um novo *pet shop* em Horizontina.

Figura 23: Percepção sobre os benefícios de um novo *pet shop* para a comunidade local

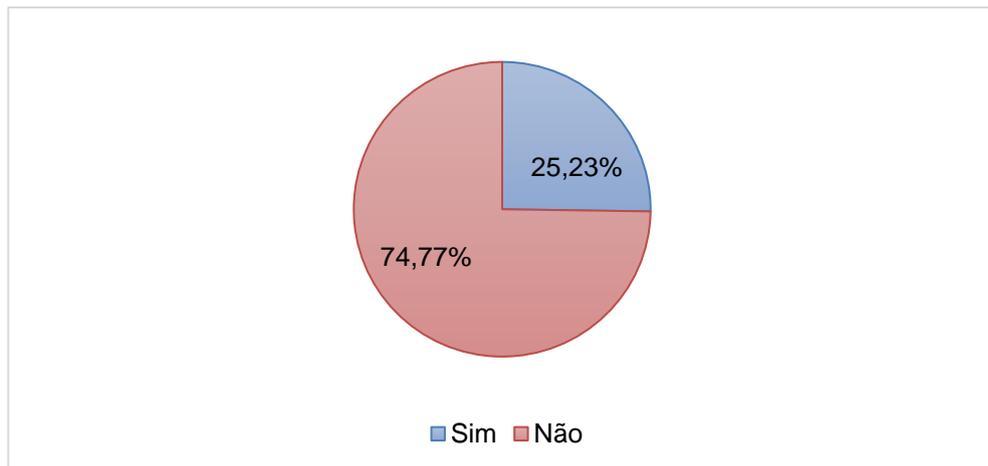


Fonte: A autora (2024).

De acordo com a Figura 23, 179 respondentes (55,76%) acreditam que a presença de um novo *pet shop* em Horizontina traria benefícios para a comunidade local. Além disso, 130 pessoas (40,50%) indicaram que talvez essa nova loja pudesse trazer vantagens, demonstrando uma abertura para essa possibilidade. Por outro lado, apenas 12 respondentes (3,74%) afirmaram não acreditar que a presença de um novo *pet shop* seria benéfica. Esses dados revelam uma percepção amplamente positiva em relação à abertura de um novo *pet shop*, com mais de 95% dos participantes (soma dos que responderam "sim" e "talvez") reconhecendo algum potencial benéfico para a comunidade. Isso sugere que um novo estabelecimento poderia atender a uma demanda existente e contribuir para o desenvolvimento local.

A Figura 24 apresenta a percepção dos respondentes sobre a existência de planos de saúde para animais de estimação.

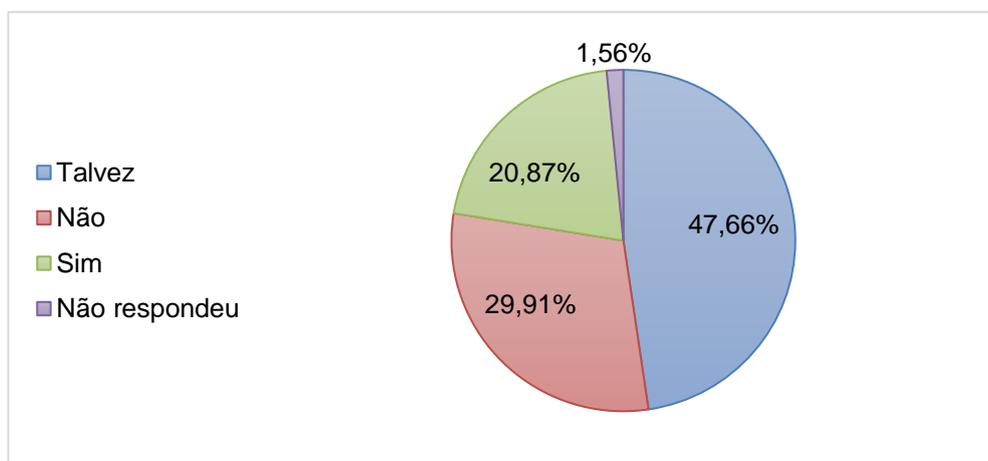
Figura 24: Conhecimento sobre a existência de planos de saúde para animais de estimação



Fonte: A autora (2024).

De acordo com a Figura 24, a maioria dos respondentes, totalizando 240 pessoas (74,77%), declarou não ter conhecimento sobre a existência de planos de saúde para animais de estimação. Esse dado sugere um grande potencial de mercado para esses serviços, uma vez que a maioria dos participantes ainda não está ciente deles. Em contrapartida, 81 respondentes (25,23%) afirmaram ter conhecimento sobre esses planos, indicando um público sensibilizado e potencialmente interessado em contratar tais serviços. Na Figura 25, é possível observar o interesse dos respondentes em contratar um plano de saúde para seus animais de estimação.

Figura 25: Interesse em contratar um plano de saúde para animais de estimação



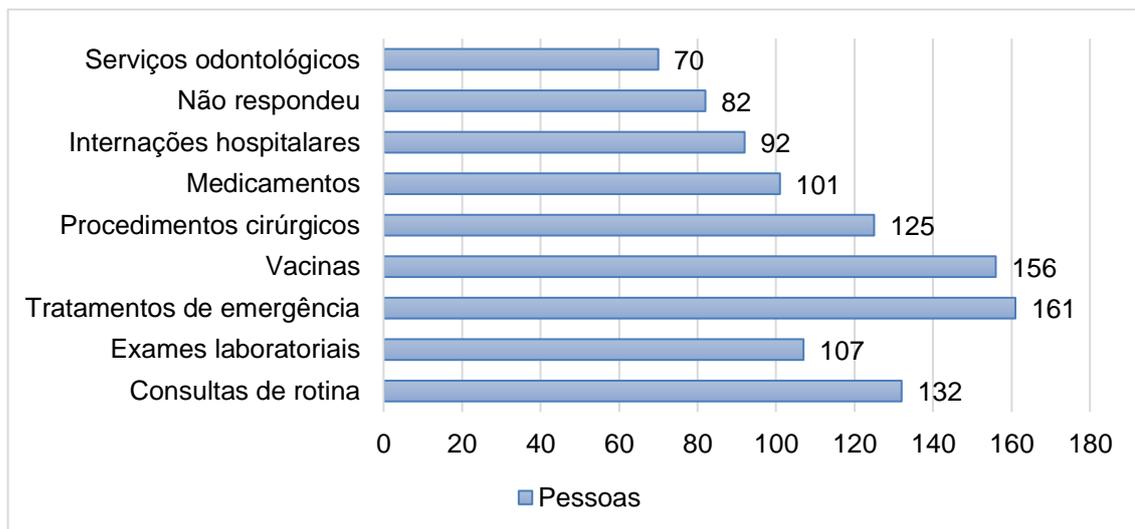
Fonte: A autora (2024).

Analisando os dados da Figura 25, observa-se que, 153 respondentes (47,8%), indicou que talvez teria interesse em contratar um plano de saúde para seus animais

de estimação. Esse dado sugere uma oportunidade significativa para investir em campanhas de educação e esclarecimento, a fim de conquistar esses potenciais clientes. Por outro lado, 96 pessoas (29,91%) afirmaram não ter interesse, enquanto 67 respondentes (20,87%) manifestaram um interesse positivo na contratação desse tipo de plano. Além disso, 4 pessoas (1,56%) não responderam à pergunta.

Os resultados revelam uma disposição mista entre os tutores em considerar a contratação de um plano de saúde para animais, com quase 50% expressando incerteza e apenas 20,87% demonstrando interesse. Dada a percepção positiva sobre a presença de um novo *pet shop* em Horizontina e a falta de conhecimento acerca desses planos, há uma oportunidade para que um novo estabelecimento não apenas ofereça esses serviços, mas também eduque a comunidade sobre suas vantagens. Isso poderia potencialmente aumentar a adesão a esses serviços, beneficiando tanto os tutores quanto os animais. A Figura 26 apresenta os serviços que os interessados consideram mais relevantes em um plano de saúde para pets.

Figura 26: Serviços mais importantes em um plano de saúde para pets



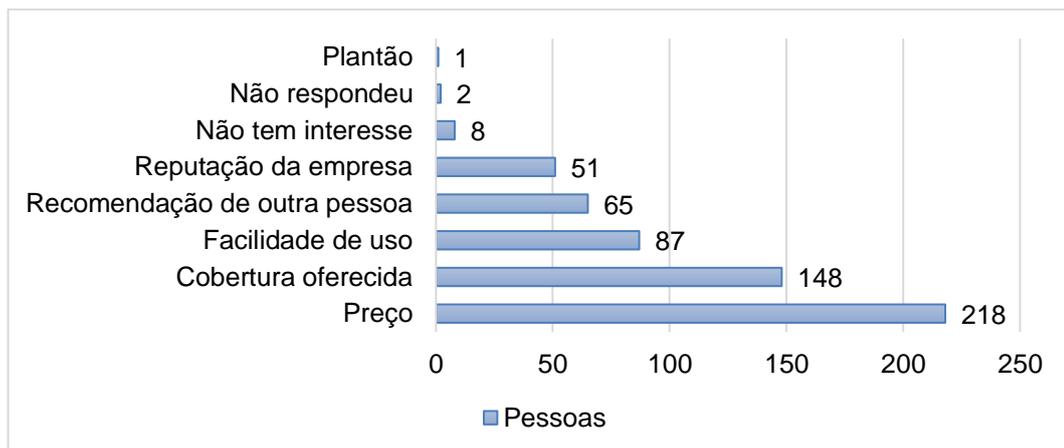
Fonte: A autora (2024).

Conforme a Figura 26, os 321 respondentes puderam selecionar mais de uma opção, totalizando 1.026 respostas sobre os serviços que consideram mais importantes em um plano de saúde para pets. Os tratamentos de emergência foram os mais citados, com 161 respostas (15,69%), seguidos pelas vacinas, que receberam 156 menções (15,20%), evidenciando a preocupação com a saúde preventiva dos animais. Em terceiro lugar, aparecem as consultas de rotina, com 132 respostas

(12,87%), seguidas por procedimentos cirúrgicos, com 125 respostas (12,18%), e exames laboratoriais, que foram citados 107 vezes (10,43%). Medicamentos foram mencionados por 101 respondentes (9,84%), internações hospitalares por 92 (8,97%) e serviços odontológicos por 70 (6,82%). Além disso, 82 respondentes (7,99%) não forneceram uma resposta.

Esses resultados mostram a diversidade de serviços que os tutores consideram essenciais em um plano de saúde, refletindo suas preocupações com a saúde e o bem-estar de seus pets. A predominância dos tratamentos de emergência e das vacinas sugere uma necessidade de segurança e proteção em situações críticas e preventivas. Essas preferências indicam uma oportunidade significativa para um novo *pet shop* em Horizontina/RS, que poderia não apenas oferecer planos de saúde, mas também educar os tutores sobre a importância desses serviços, aumentando assim a adesão a eles. A Figura 27 apresenta os principais fatores que influenciariam a decisão dos tutores ao contratar um plano de saúde para seus animais.

Figura 27: Fatores que influenciariam a decisão de contratar um plano de saúde para pets



Fonte: A autora (2024).

De acordo com a Figura 27, os 321 respondentes puderam selecionar mais de uma opção, totalizando 580 respostas sobre os fatores que influenciariam a decisão de contratar um plano de saúde para seu pet. O preço foi o fator mais relevante, mencionado por 218 pessoas (37,59%), evidenciando a importância do custo na escolha dos tutores. A cobertura oferecida foi o segundo aspecto mais destacado, com 148 menções (25,52%), sugerindo que os tutores buscam planos que atendam a necessidades específicas de seus animais.

A facilidade de uso foi citada por 87 pessoas (15%), enquanto 65 respondentes (11,21%) consideraram a recomendação de amigos ou veterinários como um fator importante. A reputação da empresa também se mostrou relevante, com 51 menções (8,79%). Além disso, 8 pessoas (1,38%) afirmaram não ter interesse em contratar um plano, 2 (0,34%) não responderam à pergunta e 1 (0,17%) destacou o plantão como um fator a ser considerado. Esses dados indicam que, além do preço, a cobertura e a reputação da empresa são aspectos cruciais na decisão dos tutores ao contratar planos de saúde para pets.

Em seguida, foi realizada uma análise de viabilidade financeira, contemplando o capital necessário para o investimento inicial e a identificação detalhada dos custos com mão de obra, custos variáveis, fixos e totais do negócio.

4.4 ANÁLISE DE VIABILIDADE FINANCEIRA

De acordo com o SEBRAE (2019), a viabilidade financeira é calculada com base nas despesas e lucros de um empreendimento, permitindo avaliar se o investimento de tempo e dinheiro necessário para a execução de um plano é viável para os investidores. Por meio dessa análise, é possível obter dados reais sobre o provável retorno financeiro, considerando a aplicação de capital e a análise de mercado. Assim, a viabilidade financeira oferece uma visão clara sobre a capacidade do projeto de gerar resultados positivos.

4.4.1 Capital Necessário para o Investimento

Para a implantação do *pet shop* em um local físico, é fundamental realizar um levantamento detalhado dos investimentos necessários. Esses custos foram organizados em categorias específicas, assegurando que todos os aspectos do negócio sejam contemplados. A relação detalhada dos investimentos encontra-se no Apêndice B, enquanto a Tabela 1, a seguir, apresenta um resumo consolidado desses valores.

Tabela 1: Capital Necessário para o Investimento

CATEGORIA	CUSTO TOTAL (R\$)	%
EQUIPAMENTOS E MAQUINÁRIOS	R\$ 15.533,43	34,54%
INFRAESTRUTURA	R\$ 14.888,71	33,11%
SEGURANÇA	R\$ 1.110,10	2,47%
UTENSÍLIOS E ACESSÓRIOS	R\$ 2.132,48	4,74%
DECORAÇÃO E IDENTIDADE VISUAL	R\$ 1.390,65	3,09%
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: ALIMENTOS PARA ANIMAIS	R\$ 2.518,80	5,60%
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: ACESSÓRIOS	R\$ 2.766,91	6,15%
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: BRINQUEDOS	R\$ 758,53	1,69%
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: PRODUTOS DE SAÚDE ANIMAL	R\$ 987,15	2,20%
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: ROUPAS	R\$ 329,00	0,73%
MATERIAIS DE LIMPEZA	R\$ 552,16	1,23%
TAXAS E LICENÇAS	R\$ 2.000,00	4,45%
TOTAL	R\$ 44.967,92	100%

Fonte: A autora (2024).

Conforme Apêndice B, bem como de forma resumida na Tabela 1, as categorias apresentadas incluem equipamentos e maquinários, infraestrutura, segurança, utensílios e acessórios, decoração e identidade visual, além do estoque inicial com os itens para a venda e os materiais de limpeza necessários para iniciar as atividades da empresa. Cada uma dessas áreas abrange itens essenciais para o funcionamento eficiente e profissional do *pet shop*. Os valores de cada categoria foram pesquisados em lojas do mercado local de Horizontina/RS, além de lojas online, buscando a melhor relação custo-benefício para o investimento inicial.

Os equipamentos e maquinários contemplam desde banheiras e máquinas de tosa até sistemas de ventilação e informática, representando 34,54% do valor total. A infraestrutura abrange gôndolas, estantes e ar condicionado, que garantem conforto tanto para os animais quanto para os clientes e colaboradores, com um custo de 33,11%. Na categoria de segurança, estão incluídos sistemas como alarmes e câmeras de monitoramento, com um custo de 2,47%. Já os utensílios e acessórios, como escovas, tesouras e toalhas, são indispensáveis para a realização dos serviços de higiene e estética, representando 4,74% do total. A decoração e identidade visual têm como objetivo criar um ambiente acolhedor e atrativo, fortalecendo a imagem da marca, corresponde a 3,09%.

O estoque inicial inclui uma variedade de produtos a serem vendidos, como alimentos para animais de estimação (5,60%), acessórios (6,15%), brinquedos (1,68%), produtos de saúde (2,20%) e roupas para pets (0,73%), garantindo uma oferta completa e diversificada. Esse estoque é fundamental para atender às

necessidades dos clientes e garantir o funcionamento do *pet shop* desde o início. Além disso, foram previstos os materiais necessários para a limpeza do ambiente, como aspirador de pó, baldes, vassouras e desinfetantes, essenciais para manter a higiene do ambiente, representando 1,23%.

Além dos itens físicos, que totalizam R\$42.967,92 (95,55%), também foi considerado os valores destinados a taxas e licenças, que incluem o registro de CNPJ, inscrição estadual, alvará de funcionamento, licença sanitária e licenciamento anual. O valor estimado para essas obrigações legais é de aproximadamente R\$2.000,00, correspondente a 4,45%, garantindo que o *pet shop* opere em conformidade com todas as exigências regulatórias. Assim, o total do investimento necessário soma R\$44.967,92, que será integralmente financiado com capital próprio.

A seguir, realiza-se a identificação detalhada dos custos para a abertura do *pet shop*, considerando os aspectos operacionais e financeiros essenciais para o sucesso inicial do negócio.

4.4.2 Identificação de Custos

Identificar os custos para a implantação de um negócio, incluindo um *pet shop*, é fundamental para uma gestão financeira eficiente. A seguir, será realizada a análise dos diferentes tipos de custos envolvidos nas operações da empresa, com foco nos custos com mão de obra, custos variáveis, fixos e totais.

4.4.2.1 Custos com Mão de Obra

As despesas com funcionários da empresa, que incluem salários, encargos sociais e outros custos relacionados ao trabalho, são definidas como custos de mão de obra. Em relação ao *pet shop*, a equipe inicial será composta por três colaboradores: um assistente geral, um gerente/atendente e um *groomer* (especialista em serviços de tosa). A seguir, a Tabela 2 detalha os custos estimados para cada função, considerando uma carga horária de 44 horas semanais para todos os funcionários.

Tabela 2: Custos com Mão de Obra

FUNÇÃO	SALÁRIOS (R\$)	ENCARGOS 30% (R\$)	CUSTO MENSAL (R\$)	CUSTO ANUAL(R\$)	CUSTO P/ HORA (R\$)
ASSISTENTE GERAL	R\$ 1.200,00	R\$ 360,00	R\$ 1.560,00	R\$ 18.720,00	R\$ 8,86
GERENTE/ATENDENTE	R\$ 2.200,00	R\$ 660,00	R\$ 2.860,00	R\$ 34.320,00	R\$ 16,25
GROOMER	R\$ 2.000,00	R\$ 600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 31.200,00	R\$ 14,77
TOTAL	R\$ 5.400,00	R\$ 1.620,00	R\$ 7.020,00	R\$ 84.240,00	R\$ 39,89

Fonte: A autora (2024).

A Tabela 2 resume os custos de mão de obra para os três colaboradores do *pet shop*, considerando os salários mensais e os encargos trabalhistas de 30%. No entanto, essas porcentagens podem variar entre 30% a 50%, refletindo diferentes práticas de cálculo e carga tributária aplicáveis ao setor. A porcentagem de 30% foi utilizada para as análises considerando um cenário mais conservador, mas é importante estar atento às variações possíveis na prática, especialmente em um contexto onde os encargos podem representar uma fatia significativa dos custos totais de operação.

O cálculo do custo por hora para os funcionários foi baseado em uma carga horária de 176 horas mensais, que considera uma jornada de trabalho de 8 horas diárias de segunda a sexta-feira, totalizando 40 horas semanais, somadas a mais 4 horas aos sábados, totalizando 44 horas semanais. Para determinar a carga mensal, multiplicaram-se as 44 horas semanais pelas quatro semanas do mês, resultando em 176 horas.

O assistente geral tem um custo mensal de R\$1.560,00, o que equivale a R\$8,86 por hora. O gerente/atendente tem um custo mensal de R\$2.860,00, resultando em um custo por hora de R\$16,25. Já o *groomer* apresenta um custo mensal de R\$ 2.600,00, ou R\$14,77 por hora. Assim, o custo total mensal com mão de obra é de R\$7.020,00, o que representa um custo anual de R\$ 84.240,00. A Tabela 3, a seguir, mostra a projeção realista dos custos com mão de obra projetados para um período de cinco anos.

Tabela 3: Projeção de Custos de Mão de Obra – 5 Anos

FUNÇÃO	SALÁRIOS + ENCARGOS (R\$)	ANO 0-1		ANO 1-2 (5%)		ANO 2-3 (5%)		ANO 3-4 (5%)		ANO 4-5 (5%)		ANO 5-6 (5%)	
		QTDE.	CUSTO ANUAL (R\$)	QTDE.	CUSTO ANUAL (R\$)	QTDE.	CUSTO ANUAL (R\$)	QTDE.	CUSTO ANUAL (R\$)	QTDE.	CUSTO ANUAL (R\$)	QTDE.	CUSTO ANUAL (R\$)
ASSISTENTE GERAL	R\$ 1.560,00	1	R\$ 18.720,00	2	R\$ 39.312,00	2	R\$ 41.277,60	2	R\$ 43.341,48	2	R\$ 45.508,55	2	R\$ 47.783,98
GERENTE/ATENDENTE	R\$ 2.860,00	1	R\$ 34.320,00	1	R\$ 36.036,00	1	R\$ 37.837,80	1	R\$ 39.729,69	1	R\$ 41.716,17	1	R\$ 43.801,98
GROOMER	R\$ 2.600,00	1	R\$ 31.200,00	1	R\$ 32.760,00	1	R\$ 34.398,00	1	R\$ 36.117,90	1	R\$ 37.923,80	1	R\$ 39.819,98
TOTAL	R\$ 7.020,00	3	R\$ 84.240,00	4	R\$ 108.108,00	4	R\$ 113.513,40	4	R\$ 119.189,07	4	R\$ 125.148,52	4	R\$ 131.405,95

Fonte: A autora (2024).

Como pode ser observado na Tabela 3, foi considerado um aumento salarial médio de 5% ao ano, pois, de acordo com o INPC (Índice Nacional de Preços ao Consumidor), os reajustes oscilaram de 4% a 6% nos últimos anos, de 2020 a 2024, devido à inflação controlada em alguns anos e aumentos significativos em outros (GOV, 2024). Além disso, projeta-se a contratação de um novo assistente geral no segundo ano, com salário inicial de R\$1.560,00. Dessa forma, o custo anual total com mão de obra aumentará progressivamente, alcançando R\$131.405,95 ao final de cinco anos, refletindo o crescimento da empresa e os ajustes salariais planejados. Na sequência, serão analisados os custos variáveis para a implantação do *pet shop*.

4.4.2.2 Custos Variáveis

Os custos variáveis são aquelas despesas que se alteram de acordo com o volume de serviços prestados ou produtos vendidos, aumentando proporcionalmente às vendas (SEBRAE, 2024). A Tabela 4 apresenta uma análise detalhada dos custos variáveis associados à implantação de um *pet shop*.

Tabela 4: Custos Variáveis

CATEGORIA	ITEM	QTDE.	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	CUSTO TOTAL MENSAL (R\$)	CUSTO TOTAL ANUAL (R\$)
UTENSÍLIOS E ACESSÓRIOS PÓS BANHO	ADESIVOS	100	R\$ 0,28	R\$ 27,98	R\$ 335,76
	ADESIVOS LAÇOS COM GLITTER	40	R\$ 0,89	R\$ 35,49	R\$ 425,88
	BANDANA POLIÉSTER CÃES/GATOS G	10	R\$ 2,60	R\$ 25,99	R\$ 311,88
	BANDANA POLIÉSTER CÃES/GATOS M	42	R\$ 1,86	R\$ 77,97	R\$ 935,64
	BANDANA POLIÉSTER CÃES/GATOS P	40	R\$ 1,30	R\$ 51,98	R\$ 623,76
	GRAVATAS DIVERSAS G	40	R\$ 1,30	R\$ 51,98	R\$ 623,76
	GRAVATAS DIVERSAS M	90	R\$ 0,87	R\$ 77,97	R\$ 935,64
	GRAVATAS DIVERSAS P	72	R\$ 0,72	R\$ 51,98	R\$ 623,76
	LAÇOS DIVERSOS PENTEADO	120	R\$ 0,43	R\$ 51,98	R\$ 623,76
	LÂMINAS PARA TOSA	12	R\$ 132,60	R\$ 1.591,23	R\$ 19.094,76
SUBTOTAL			R\$ 142,85	R\$ 2.044,55	R\$ 24.534,60
PRODUTOS PARA BANHO E TOSA	CONDICIONADOR (LITRO)	10	R\$ 7,00	R\$ 69,99	R\$ 839,88
	DESEMBARAÇADOR (LITRO)	1	R\$ 69,99	R\$ 69,99	R\$ 839,88
	LOÇÃO PARA LIMPEZA DE ORELHAS (LITRO)	2	R\$ 78,00	R\$ 156,00	R\$ 1.872,00
	MASCARA HIDRATANTE (LITRO)	3	R\$ 39,99	R\$ 119,97	R\$ 1.439,64
	PERFUME PROFISSIONAL FÊMEAS (LITRO)	2	R\$ 69,90	R\$ 139,80	R\$ 1.677,60
	PERFUME PROFISSIONAL MACHOS (LITRO)	2	R\$ 69,90	R\$ 139,80	R\$ 1.677,60
	SABONETE NEUTRO (UN.)	10	R\$ 2,99	R\$ 29,90	R\$ 358,80
	SHAMPOO ANTIPULGAS (LITRO)	20	R\$ 7,90	R\$ 157,98	R\$ 1.895,76
	SHAMPOO CLAREADOR (LITRO)	20	R\$ 3,50	R\$ 69,99	R\$ 839,88
	SHAMPOO ESCURECEDOR (LITRO)	5	R\$ 8,00	R\$ 39,99	R\$ 479,88
	SHAMPOO FILHOTES (LITRO)	5	R\$ 8,73	R\$ 43,65	R\$ 523,80
	SHAMPOO NEUTRO (LITRO)	20	R\$ 7,00	R\$ 139,98	R\$ 1.679,76
	SPRAY HIDRATANTE P/ TOSA (LITRO)	1	R\$ 9,67	R\$ 9,67	R\$ 116,04
SUBTOTAL			R\$ 382,56	R\$ 1.186,71	R\$ 14.240,52
SACOLAS PARA EMBALAGENS	SACOLAS BIODEGRADÁVEIS 38x50CM	2000	R\$ 0,07	R\$ 12,27	R\$ 147,24
	SACOLAS PLÁSTICAS PERSONALIZADAS 20X30CM	200	R\$ 0,34	R\$ 5,63	R\$ 67,50

SUBTOTAL		R\$ 0,41	R\$ 17,90	R\$ 214,74
IMPOSTOS SOBRE AS VENDAS DE PRODUTOS	SIMPLES NACIONAL (7,3% SOBRE FATURAMENTO)		R\$ 1.216,67	R\$ 14.600,00
IMPOSTOS SOBRE AS VENDAS DE SERVIÇOS	SIMPLES NACIONAL (11,2% SOBRE FATURAMENTO)		R\$ 1.213,33	R\$ 14.560,00
		SUBTOTAL	R\$ 2.430,00	R\$ 29.160,00
		TOTAL	R\$ 5.679,16	R\$ 68.149,86

Fonte: A autora (2024).

Os custos variáveis, conforme a Tabela 4, estão categorizados em utensílios e acessórios pós-banho, produtos para banho e tosa, sacolas para embalagens e impostos sobre as vendas de produtos de tosa. Os utensílios e acessórios pós-banho incluem itens como adesivos, gravatas e laços, utilizados para proporcionar um toque final especial nos serviços de banho e tosa e também incluem as lâminas utilizadas nas máquinas de tosas. Esses itens totalizam R\$2.044,55 mensais e R\$24.534,60 anual.

Os produtos para banho e tosa englobam shampoos, condicionadores e outros itens de higiene que garantem a qualidade e o bem-estar dos pets durante o atendimento. Esses produtos totalizam R\$1.186,71 mensais e R\$14.240,52 anualmente. As sacolas para embalagens, que são fundamentais para acomodar os produtos adquiridos pelos clientes, têm um custo de R\$17,90 mensal, resultando em um custo anual de R\$214,74.

Os impostos sobre as vendas são encargos obrigatórios que incidem sobre a receita gerada pelo pet shop. Considerando que a empresa será formalizada como Microempresa (ME), a tributação será realizada pelo regime do Simples Nacional, que abrange todos os tributos das esferas federal, estadual e municipal, permitindo o pagamento em uma única guia, o Documento de Arrecadação do Simples (DAS). Essa guia inclui o IRPJ (Imposto de Renda de Pessoa Jurídica), CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido), PIS (Programa de Integração Social), COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social), ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), ISS (Imposto sobre Serviços) e INSS (Instituto Nacional do Seguro Social).

A alíquota do Simples Nacional varia conforme a atividade da empresa. A CNAE 4789-0/04, que classifica o *pet shop* como comércio varejista de animais vivos, artigos e alimentos para animais de estimação, aplica uma alíquota inicial é de 7,3%, para empresas com faturamento anual de até R\$360.000,00. Com base no faturamento anual estimado para a venda de produtos, que é de até R\$200.000,00, o valor estimado do imposto para essa categoria é de R\$1.216,67 mensais, totalizando R\$14.600,00 por ano.

Já para os serviços de banho e tosa, que terão um faturamento anual estimado de até R\$130.000,00, a tributação será de acordo com a CNAE 9609-2/01, com uma alíquota de 11,2%, resultando em uma estimativa de R\$1.213,33 por mês e R\$14.560,00 ao ano. Assim, a soma total dos impostos sobre o faturamento anual do *pet shop* será de R\$2.430,00 mensais e R\$29.160,00 ao ano. A seguir, apresenta-se a projeção das tributações do Simples Nacional para um período de cinco anos.

Tabela 5: Projeção de Tributações – 5 Anos

CATEGORIA	%	ANO 0-1	ANO 1-2	ANO 2-3	ANO 3-4	ANO 4-5	ANO 5-6
		CUSTO ANUAL (R\$)					
IMPOSTOS SOBRE PRODUTOS	7,30%	R\$ 14.600,00	R\$ 15.330,00	R\$ 15.636,60	R\$ 15.949,33	R\$ 16.268,32	R\$ 16.593,69
IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS	11,20%	R\$ 14.560,00	R\$ 15.288,00	R\$ 15.593,76	R\$ 15.905,64	R\$ 16.223,75	R\$ 16.548,22
TOTAL		R\$ 29.160,00	R\$ 30.618,00	R\$ 31.230,36	R\$ 31.854,97	R\$ 32.492,07	R\$ 33.141,91

Fonte: A autora (2024).

Na Tabela 5, a projeção considera o aumento percentual do faturamento estimado para os serviços e produtos do *pet shop*, com reajustes anuais de 5% no primeiro ano e 2% nos anos seguintes. A soma total de impostos estimados para o negócio aumentará de R\$29.160,00 para R\$33.141,91 ao longo dos cinco anos, refletindo o crescimento do faturamento e os ajustes anuais nas alíquotas.

Dessa forma, os custos variáveis associados à implantação do *pet shop* totalizam R\$5.679,16 mensais e R\$68.149,86 anuais. Esses valores são fundamentais para garantir a sustentabilidade financeira do negócio e permitir um planejamento eficaz das suas operações. A seguir, são apresentados os custos fixos projetados para o *pet shop*.

4.4.2.3 Custos Fixos

Os custos fixos referem-se às despesas que se mantêm constantes, independentemente do volume de serviços prestados ou produtos vendidos. Mesmo que a demanda aumente em um determinado período, essas despesas permanecem estáveis, pois não estão diretamente ligadas ao número de vendas ou quantidade de serviços realizados (SEBRAE, 2024). Esses custos ocorrem de forma recorrente, ou seja, todos os meses, sem depender do faturamento do *pet shop*. Embora alguns desses itens, como água e energia elétrica, possam variar, seus valores tendem a ser estáveis, já que o *pet shop* exige iluminação, climatização e o uso contínuo de equipamentos, independentemente da demanda.

A seguir, a Tabela 6, apresenta uma análise detalhada dos custos fixos previstos para o funcionamento da empresa.

Tabela 6: Custos Fixos

CATEGORIA	ITEM	QTDE. (MESES)	CUSTO MENSAL (R\$)	CUSTO ANUAL (R\$)
DESPESAS OPERACIONAIS	ÁGUA	12	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
	ALUGUEL	12	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00
	INTERNET	12	R\$ 99,00	R\$ 1.188,00
	ENERGIA ELÉTRICA	12	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
SUBTOTAL			R\$ 2.549,00	R\$ 30.588,00
MÃO DE OBRA	ASSISTENTE GERAL	12	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00
	GERENTE/ATENDENTE	12	R\$ 2.200,00	R\$ 26.400,00
	GROOMER	12	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00
SUBTOTAL			R\$ 5.400,00	R\$ 64.800,00
ENCARGOS TRABALHISTAS	ENCARGOS (30% DOS SALÁRIOS)	12	R\$ 1.620,00	R\$ 19.440,00
SUBTOTAL			R\$ 1.620,00	R\$ 19.440,00
TREINAMENTOS	CURSO DE QUALIFICAÇÃO (GROOMER)	1	R\$ 149,17	R\$ 1.790,00
SUBTOTAL			R\$ 149,17	R\$ 1.790,00
OUTROS CUSTOS FIXOS	CONTABILIDADE	12	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
	DEPRECIÇÃO DE EQUIPAMENTOS		R\$ 163,34	R\$ 1.960,07
	MANUTENÇÃO DE EQUIPAMENTOS (5%)	12	R\$ 64,72	R\$ 776,67
	MARKETING E PUBLICIDADE	12	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
	MATERIAIS DE ESCRITÓRIO	12	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
SUBTOTAL			R\$ 778,06	R\$ 9.336,75
TOTAL			R\$ 10.496,23	R\$ 125.954,75

Fonte: A autora (2024).

Os custos fixos, conforme apresentado na Tabela 6, estão divididos entre despesas operacionais, mão de obra, encargos trabalhistas, treinamentos e outros. As despesas operacionais são fundamentais para o funcionamento do *pet shop* e incluem custos com água, aluguel, internet e energia elétrica, totalizando R\$2.549,00 mensais e R\$30.588,00 anualmente. Embora água e energia elétrica dependam da operação do estabelecimento, elas são relativamente constantes, já que o estabelecimento precisa de iluminação, climatização e energia para os equipamentos. A mão de obra refere-se aos salários dos três funcionários fixos, um gerente/atendente, um *groomer* e um assistente geral, todos fundamentais para a operação do *pet shop*. Esses custos totalizam R\$5.400,00 mensais e R\$64.800,00 anualmente.

Os encargos trabalhistas, que abrangem custos adicionais relacionados à contratação dos funcionários, incluindo INSS (20%), FGTS (8%) e outros encargos obrigatórios, podem variar entre 30% a 50% sobre os salários. Considerando uma taxa mais conservadora de 30%, os encargos totalizam aproximadamente R\$1.620,00 mensais e R\$19.440,00 anuais. Os treinamentos para os funcionários também estão inclusos nestes custos. O curso de qualificação para o *groomer*, com um custo anual de R\$1.790,00, ou R\$149,17 mensal, visa manter a equipe atualizada sobre as melhores técnicas de higiene e estética para pets. Embora não seja recorrente, é importante incluí-lo no orçamento.

Os serviços contábeis, que totalizam R\$300,00 mensais e R\$3.600,00 anuais, são cruciais para a gestão financeira do *pet shop*, incluindo o fechamento das folhas de pagamento e o cumprimento das obrigações fiscais. A depreciação dos equipamentos foi calculada pelo método linear, que consiste na divisão do valor do bem pelo número de anos de vida útil, sem considerar valor residual. Optou-se por um valor residual igual a 0, pois, no caso dos equipamentos do *pet shop*, espera-se que ao final da vida útil, os itens não tenham valor de revenda ou aproveitamento significativo. Essa depreciação totalizou R\$ 163,34 por mês e R\$1.960,07 anual.

Quanto à manutenção dos equipamentos, ela pode ser estimada em torno de 5% a 10% do valor de aquisição dos equipamentos por ano. Como o investimento inicial em equipamentos foi de R\$15.533,43, o custo de manutenção anual pode variar entre R\$ 776,67 (5%) e R\$1.553,34 (10%). Os investimentos em marketing e publicidade, estimados em R\$ 150,00 mensais e R\$ 1.800,00 anuais, são importantes para promover o empreendimento, aumentar a visibilidade da marca e atrair novos

clientes. Além disso, os materiais de escritório, como papel, canetas e toner para impressora, totalizam R\$100,00 mensais e R\$1.200,00 anuais.

Com isso, os custos fixos totais relacionados à operação do *pet shop* somam R\$ 10.496,23 mensais e R\$ 125.954,75 anuais. Essas despesas são importantes ao implantar uma empresa, pois precisam ser pagas independentemente da receita ou volume de vendas. A seguir, apresenta-se um resumo e a projeção dos custos totais para um período de cinco anos.

4.4.2.4 Custos Totais

A Tabela 7 apresenta uma visão geral dos custos variáveis e fixos associados à operação do *pet shop*. A identificação desses custos é fundamental para o planejamento financeiro da empresa, pois permite uma definição mais precisa de preços, metas de faturamento e sustentabilidade do negócio ao longo do tempo.

Tabela 7: Custos Totais

CATEGORIA	ITEM	CUSTO MENSAL (R\$)	CUSTO ANUAL (R\$)
CUSTOS VARIÁVEIS	UTENSÍLIOS E ACESSÓRIOS PÓS BANHO	R\$ 2.044,55	R\$ 24.534,60
	PRODUTOS PARA BANHO E TOSA	R\$ 1.186,71	R\$ 14.240,52
	SACOLAS PARA EMBALAGENS	R\$ 17,90	R\$ 214,74
	IMPOSTOS SOBRE AS VENDAS	R\$ 1.216,67	R\$ 14.600,00
	IMPOSTOS SOBRE OS SERVIÇOS	R\$ 1.213,33	R\$ 14.560,00
SUBTOTAL		R\$ 5.679,16	R\$ 68.149,86
CUSTOS FIXOS	DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 2.549,00	R\$ 30.588,00
	OUTROS CUSTOS FIXOS	R\$ 778,06	R\$ 9.336,75
	TREINAMENTOS	R\$ 149,17	R\$ 1.790,00
	MÃO DE OBRA + ENCARGOS TRABALHISTAS	R\$ 7.020,00	R\$ 84.240,00
SUBTOTAL		R\$ 10.496,23	R\$ 125.954,75
CUSTOS TOTAIS		R\$ 16.175,38	R\$ 194.104,61

Fonte: A autora (2024).

De acordo com a Tabela 7, a operação do *pet shop* envolve custos variáveis e fixos que, somados, totalizam R\$16.175,38 mensais e R\$194.104,61 anuais. Esses números destacam a importância de um planejamento financeiro preciso para garantir o sucesso do negócio, abrangendo tanto os custos que variam conforme o volume de vendas e serviços (custos variáveis), quanto os que se mantêm estáveis

independentemente da demanda (custos fixos). A Tabela 8, a seguir, mostra uma projeção realista dos custos totais para um período de cinco anos.

Tabela 8: Projeção de Custos Totais – 5 Anos

CATEGORIA	ANO 0-1	ANO 1-2	ANO 2-3	ANO 3-4	ANO 4-5	ANO 5-6
	CUSTO ANUAL (R\$)					
TOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 68.149,86	R\$ 71.557,35	R\$ 72.988,50	R\$ 74.448,27	R\$ 75.937,24	R\$ 77.455,98
TOTAL CUSTOS FIXOS	R\$ 125.954,75	R\$ 151.908,48	R\$ 158.189,89	R\$ 164.759,09	R\$ 171.629,95	R\$ 178.817,00
TOTAL CUSTOS	R\$ 194.104,61	R\$ 223.465,84	R\$ 231.178,39	R\$ 239.207,36	R\$ 247.567,18	R\$ 256.272,98

Fonte: A autora (2024).

A Tabela 8 apresenta as projeções dos custos totais para cinco anos, considerando as estimativas de aumento de cada categoria de custos e os ajustes esperados na operação do *pet shop*. Elas foram feitas de forma individual para os custos variáveis e custos fixos, baseadas em diferentes percentuais de crescimento para cada ano. Os custos variáveis foram projetados com um aumento de 5% no primeiro ano e 2% nos anos seguintes, devido ao crescimento esperado no volume de vendas de produtos e serviços.

Os custos fixos foram projetados de forma individual. Os custos com mão de obra e encargos sociais foram estimados com um aumento de 5% ao ano, para cobrir o crescimento da empresa, incluindo ajustes salariais e encargos trabalhistas. Já as despesas operacionais, treinamentos e outros custos fixos, foram projetados com um aumento de 5% no primeiro ano e 2% nos anos seguintes, considerando a necessidade de ajustes para suportar o crescimento da operação, como aumento nas despesas gerais, treinamento contínuo da equipe (realizado uma vez ao ano), entre outros.

Conforme a Tabela 8, as projeções totais dos custos foram somadas, resultando em R\$194.104,61 no primeiro ano, com aumentos sucessivos nos anos seguintes, chegando a R\$256.272,98 no final do período. Essas projeções demonstram o crescimento esperado do *pet shop* à medida que as vendas e os serviços aumentam, além dos ajustes salariais e o aumento nas despesas operacionais. A seguir, será apresentado o fluxo de caixa do *pet shop*, detalhando as entradas e saídas financeiras que proporcionará uma melhor compreensão da viabilidade financeira do empreendimento a longo prazo.

4.5 FLUXO DE CAIXA

O fluxo de caixa tem o objetivo de registrar todas as receitas e despesas, tanto atuais quanto futuras. Ele serve como um instrumento para o empreendedor acompanhar a situação financeira da sua empresa (CAIXA, 2023). A seguir, foi realizada uma análise detalhada dos custos e da precificação dos produtos e serviços oferecidos pelo *pet shop*, visando garantir que os valores praticados estejam compatíveis com o mercado, cubram os custos operacionais e também garantam a lucratividade do negócio.

4.5.1 Análise de Custos e Preço de Venda de Produtos

Após definidos os produtos que serão comercializados pelo *pet shop*, tornou-se necessário definir seus custos e entender a precificação de cada item. Para esse levantamento, foi realizada uma pesquisa utilizando catálogos da empresa Pet Bontrato, fornecedora especializada em *pet shops*. O objetivo foi realizar o levantamento dos preços e especificações dos produtos que irão compor o estoque, permitindo, assim, uma estimativa mais precisa para a definição dos preços de venda.

A definição do custo e preço de venda dos produtos é fundamental para o planejamento financeiro do *pet shop*, garantindo que o negócio seja rentável, cubra tanto os custos variáveis quanto os fixos e ainda proporcione a margem de lucro desejada. No Apêndice C, constam os cálculos para identificar os custos e preços de venda dos itens foram realizados considerando todas as despesas envolvidas na operação.

Conforme Apêndice C, O custo unitário inicial foi acrescido de 7,3%, que corresponde ao imposto sobre as vendas, e de uma proporção referente ao custo fixo por unidade. Esse percentual foi calculado com base em todas as despesas operacionais e administrativas necessárias para a manutenção do negócio, como água, aluguel, internet, energia elétrica, salários dos funcionários (gerente/atendente), encargos trabalhistas, contabilidade, depreciação de equipamentos, manutenção, marketing e materiais de escritório.

Esses custos totalizam R\$6.187,06 mensais e R\$74.244,75 anuais, sendo rateados entre os produtos vendidos, considerando a porcentagem de 37,12% sobre

o faturamento anual projetado de até R\$200.000,00 em produtos. Dessa forma, garantindo que cada item vendido contribua de maneira proporcional para cobrir as despesas fixas e assegurar a sustentabilidade financeira do *pet shop*.

Desta maneira, obteve-se o custo unitário final do produto, que corresponde à soma do custo inicial, impostos e custos fixos. Em seguida, foi aplicada uma margem de contribuição de 70%, estabelecida de forma estratégica para garantir a viabilidade financeira do negócio e gerar lucro suficiente para cobrir as demais despesas e atingir a rentabilidade esperada. Em relação ao preço de venda de cada item, foi determinada a margem de contribuição sobre o custo unitário final, resultando no valor a ser praticado no mercado. Todo esse processo garante que cada produto ajude a manter a saúde financeira do negócio, com preços competitivos e atrativos para os clientes.

A seguir, foi realizada a análise de custos e precificação dos serviços.

4.5.2 Análise de Custos e Preço de Venda de Serviços

Quanto aos serviços oferecidos pelo *pet shop*, como banho e tosa, foi feita uma pesquisa de campo em outro *pet shop* já existente na região, com o objetivo de obter uma noção aproximada do tempo necessário para executar cada serviço. Com essas informações, foi possível estimar os custos operacionais envolvidos e definir a precificação mais adequada para os serviços prestados.

A Tabela 9 resume o custo total variável dos insumos necessários para cada serviço oferecido pelo *pet shop*, incluindo banho, banho com tosa higiênica e banho com tosa completa, detalhados por porte dos animais: pequeno com até 7kg, médio de 7kg até 15kg e grande acima de 15kg.

Tabela 9: Custo Total de Insumos Necessários por Serviço

SERVIÇO	CUSTO TOTAL DE INSUMOS (R\$)
BANHO PET PEQUENO	R\$ 1,68
BANHO PET MÉDIO	R\$ 4,48
BANHO PET GRANDE	R\$ 11,48
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET PEQUENO	R\$ 11,17
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET MÉDIO	R\$ 26,68
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET GRANDE	R\$ 38,14
BANHO + TOSA COMPLETA PET PEQUENO	R\$ 20,67
BANHO + TOSA COMPLETA PET MÉDIO	R\$ 26,68
BANHO + TOSA COMPLETA PET GRANDE	R\$ 38,14

Fonte: A autora (2024).

De forma complementar, o Apêndice D detalha os custos de cada serviço, calculados com base na quantidade e no custo unitário de cada insumo utilizado, como shampoo, condicionador, adesivos, lâminas para tosa e spray de hidratação. O custo para o banho de pet pequeno é de R\$1,68, para pet médio é R\$4,48 e para pet grande é R\$11,48. Para os serviços de banho acompanhados de tosa higiênica, o custo é de R\$11,17 para pet pequeno, R\$26,68 para pet médio e R\$38,14 para pet grande. Já os banhos com tosa completa têm um custo de R\$20,67 para pet pequeno, R\$26,68 para pet médio e R\$38,14 para pet grande.

A Tabela 10, apresentada a seguir, complementa essas informações ao incluir o custo unitário fixo, o imposto sobre os serviços, o custo total, a margem de contribuição e o preço de venda de cada serviço.

Tabela 10: Custo e Preço de Venda – Serviços

SERVIÇO	CUSTO UN. VARIÁVEL (R\$)	CUSTO UN. FIXO 70,48% (R\$)	IMPOSTO 11,2% (R\$)	CUSTO UNITÁRIO TOTAL (R\$)	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (R\$)	PREÇO DE VENDA (R\$)
BANHO PET PEQUENO	R\$ 1,68	R\$ 1,18	R\$ 0,19	R\$ 3,05	R\$ 16,95	R\$ 20,00
BANHO PET MÉDIO	R\$ 4,48	R\$ 3,16	R\$ 0,50	R\$ 8,14	R\$ 31,86	R\$ 40,00
BANHO PET GRANDE	R\$ 11,48	R\$ 8,09	R\$ 1,29	R\$ 20,85	R\$ 39,15	R\$ 60,00
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET PEQUENO	R\$ 11,17	R\$ 7,87	R\$ 1,25	R\$ 20,29	R\$ 19,71	R\$ 40,00
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET MÉDIO	R\$ 26,68	R\$ 18,80	R\$ 2,99	R\$ 48,47	R\$ 11,53	R\$ 60,00
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET GRANDE	R\$ 38,14	R\$ 26,88	R\$ 4,27	R\$ 69,30	R\$ 30,70	R\$ 100,00
BANHO + TOSA COMPLETA PET PEQUENO	R\$ 20,67	R\$ 14,57	R\$ 2,32	R\$ 37,56	R\$ 27,44	R\$ 65,00
BANHO + TOSA COMPLETA PET MÉDIO	R\$ 26,68	R\$ 18,80	R\$ 2,99	R\$ 48,47	R\$ 31,53	R\$ 80,00
BANHO + TOSA COMPLETA PET GRANDE	R\$ 38,14	R\$ 26,88	R\$ 4,27	R\$ 69,30	R\$ 80,70	R\$ 150,00

Fonte: A autora (2024).

Conforme a Tabela 10, cada serviço tem seu custo unitário variável, referente aos insumos diretamente consumidos durante o atendimento (shampoos, condicionadores, etc...), e o custo unitário fixo, que abrange as despesas operacionais associadas à execução do serviço. Esses custos incluem mão de obra e encargos trabalhistas (assistente geral e *groomer*), treinamentos e ainda outros custos fixos, como contabilidade, depreciação e manutenção de equipamentos, entre outros. Esses custos totalizam R\$7.636,22 mensais e R\$91.634,67 anuais. Realizou-se o rateio entre os serviços prestados, considerando a porcentagem de 70,48% sobre o faturamento anual projetado de até R\$130.000,00 em serviços. Esses valores são ajustados com a aplicação de um imposto de 11,2% sobre o custo total, que ao serem somados resultaram no custo unitário total.

O preço de venda de cada serviço foi inicialmente definido com base nos valores praticados no mercado local, levando em consideração o porte do animal, a complexidade do serviço e a competitividade do mercado. A margem de contribuição foi calculada subtraindo o custo unitário total de cada serviço do respectivo preço de venda, resultando em percentuais que variam entre 40% e 100%. Essa variação reflete a necessidade de ajustar os preços de venda para garantir que o *pet shop* consiga cobrir seus custos operacionais e ainda obter um lucro adequado, mantendo-se competitivo em cada tipo de serviço oferecido.

Os serviços de banho e tosa para pets de diferentes tamanhos representam uma parte significativa da receita, sendo importante garantir que os preços cobrados cubram adequadamente os custos e ainda ofereçam competitividade no mercado local. Na sequência, foram identificadas as receitas e suas projeções para um período de cinco anos, abrangendo tanto os produtos quanto dos serviços oferecidos pela empresa.

4.5.3 Identificação e Projeção de Receitas de Produtos

Após serem definidos os preços de venda dos produtos, foi possível realizar a projeção de receitas para um período de cinco anos, com base no cálculo do preço multiplicado pela quantidade estimada. As quantidades foram estabelecidas tendo como referência o faturamento anual de até R\$200.000,00. Essa projeção, considerando um cenário realista, pode ser observada de forma detalhada no Apêndice E, e de forma resumida na Tabela 11, apresentada a seguir.

Tabela 11: Projeção de Receitas – Produtos

PRODUTO	ANO 0-1		ANO 1-2 (5%)		ANO 2-3 (2%)		ANO 3-4 (2%)		ANO 4-5 (2%)	
	QTDE	RECEITA								
ALIMENTOS PARA ANIMAIS	7020	R\$ 81.919,95	7371	R\$ 86.015,95	7518	R\$ 87.736,27	7669	R\$ 89.491,00	7822	R\$ 91.280,82
ACESSÓRIOS	5760	R\$ 76.040,48	6048	R\$ 79.842,51	6169	R\$ 81.439,36	6292	R\$ 83.068,14	6418	R\$ 84.729,51
BRINQUEDOS	216	R\$ 2.637,18	227	R\$ 2.769,04	231	R\$ 2.824,42	236	R\$ 2.880,91	241	R\$ 2.938,53
PRODUTOS DE SAUDE ANIMAL	660	R\$ 28.056,06	693	R\$ 29.458,87	707	R\$ 30.048,04	721	R\$ 30.649,00	735	R\$ 31.261,98
ROUPAS	240	R\$ 11.338,33	252	R\$ 11.905,24	257	R\$ 12.143,35	262	R\$ 12.386,22	267	R\$ 12.633,94
TOTAL	13896	R\$ 199.992,01	14591	R\$ 209.991,61	14883	R\$ 214.191,44	15180	R\$ 218.475,27	15484	R\$ 222.844,78

Fonte: A autora (2024).

Conforme a Tabela 11, o crescimento nas vendas dos produtos foi projetado com uma taxa de 5% para o primeiro ano, considerando que o negócio, como um novo empreendimento, tende a apresentar um crescimento mais acelerado inicialmente.

Para os anos seguintes, foi estimado um crescimento linear de 2% ao ano, refletindo a estabilização da base de clientes e a consolidação da empresa no mercado.

No primeiro ano, a receita bruta total projetada é de R\$199.992,01, com destaque para a categoria “Alimentos para animais”, que gera um faturamento de R\$81.919,95 anual, seguida por “Acessórios”, com R\$76.040,48, e “Produtos de saúde animal”, com uma receita de R\$28.056,06. A partir do segundo ano, a receita bruta total acompanha o crescimento projetado, alcançando R\$ 209.991,61 no segundo ano, R\$ 214.191,44 no terceiro ano, R\$ 218.475,27 no quarto ano e R\$ 222.844,78 no quinto ano. As categorias de maior destaque continuam sendo "Alimentos para animais", "Acessórios" e "Produtos de saúde animal", consolidando-se como os principais geradores de receita de produtos do empreendimento. A seguir, serão apresentadas a identificação e a projeção de receitas de serviços.

4.5.4 Identificação e Projeção de Receitas de Serviços

Após a definição dos preços dos serviços que serão oferecidos no *pet shop*, foi possível projetar a receita anual, considerando o tempo estimado para cada procedimento e as quantidades diárias, mensais e anuais previstas (Tabela 12).

Tabela 12: Identificação de Receitas – Serviços

SERVIÇOS	TEMPO P/ SERVIÇO (MIN.)	PREÇO DE VENDA (R\$)	QTDE. MENSAL	RECEITA MENSAL (R\$)	RECEITA ANUAL (R\$)
BANHO PET PEQUENO	30	R\$ 20,00	20	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
BANHO PET MÉDIO	40	R\$ 40,00	20	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00
BANHO PET GRANDE	50	R\$ 60,00	20	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00
SUBTOTAL	120	-	60	R\$ 2.400,00	R\$ 28.800,00
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET PEQUENO	45	R\$ 40,00	20	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET MÉDIO	65	R\$ 60,00	20	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET GRANDE	85	R\$ 100,00	20	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00
BANHO + TOSA COMPLETA PET PEQUENO	60	R\$ 65,00	15	R\$ 975,00	R\$ 11.700,00
BANHO + TOSA COMPLETA PET MÉDIO	80	R\$ 80,00	15	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00
BANHO + TOSA COMPLETA PET GRANDE	110	R\$ 150,00	15	R\$ 2.250,00	R\$ 27.000,00
SUBTOTAL	445	-	105	R\$ 8.425,00	R\$ 101.100,00
TOTAL SERVIÇOS	-	-	165	R\$ 10.825,00	R\$ 129.900,00

Fonte: A autora (2024).

De acordo com a Tabela 12, a projeção de receita total anual para os serviços é de R\$129.900,00. Os serviços de banho, realizados pelo assistente geral, representam uma receita anual de R\$28.800,00, com uma média mensal de 60 atendimentos. Já os serviços combinados de banho e tosa, realizados pelo *groomer*, que incluem tosa higiênica e tosa completa, totalizam R\$101.100,00 anuais, com uma média de 105 atendimentos mensais. Observa-se que os serviços mais lucrativos são os de banho + tosa completa para pets de porte grande, com uma receita anual de R\$27.000,00, seguidos de banho + tosa completa para pets de porte médio, que gera R\$14.400,00 ao ano.

Essa projeção de receitas reflete um cenário realista para o volume de serviços considerando a capacidade operacional do empreendimento no primeiro ano e a demanda esperada. Essa diversificação de serviços contribui de forma significativa para o faturamento total do *pet shop*, complementando as receitas das vendas de produtos e fortalecendo o papel estratégico dos serviços no modelo de negócio.

Além disso, como parte da estratégia de fidelização e incentivo à frequência dos serviços, o *pet shop* oferecerá um desconto de 10% para os clientes que optarem por levar seus pets para banho ou banho + tosa semanalmente. Essa estratégia tem como objetivo aumentar a recorrência dos atendimentos, maximizando a utilização da capacidade operacional e incrementando as receitas mensais e anuais. Na sequência, a Tabela 13 apresenta a projeção de receitas de serviços para um período de cinco anos.

Tabela 13: Projeção de Receitas – Serviços

SERVIÇOS	ANO 0-1		ANO 1-2 (5%)		ANO 2-3 (2%)		ANO 3-4 (2%)		ANO 4-5 (2%)	
	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)
BANHO PET PEQUENO	240	R\$ 4.800,00	252	R\$ 5.040,00	257	R\$ 5.140,80	262	R\$ 5.243,62	267	R\$ 5.348,49
BANHO PET MÉDIO	240	R\$ 9.600,00	252	R\$ 10.080,00	257	R\$ 10.281,60	262	R\$ 10.487,23	267	R\$ 10.696,98
BANHO PET GRANDE	240	R\$ 14.400,00	252	R\$ 15.120,00	257	R\$ 15.422,40	262	R\$ 15.730,85	267	R\$ 16.045,46
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET PEQUENO	240	R\$ 9.600,00	252	R\$ 10.080,00	257	R\$ 10.281,60	262	R\$ 10.487,23	267	R\$ 10.696,98
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET MÉDIO	240	R\$ 14.400,00	252	R\$ 15.120,00	257	R\$ 15.422,40	262	R\$ 15.730,85	267	R\$ 16.045,46
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET GRANDE	240	R\$ 24.000,00	252	R\$ 25.200,00	257	R\$ 25.704,00	262	R\$ 26.218,08	267	R\$ 26.742,44
BANHO + TOSA PET PEQUENO	180	R\$ 11.700,00	189	R\$ 12.285,00	193	R\$ 12.530,70	197	R\$ 12.781,31	201	R\$ 13.036,94
BANHO + TOSA PET MÉDIO	180	R\$ 14.400,00	189	R\$ 15.120,00	193	R\$ 15.422,40	197	R\$ 15.730,85	201	R\$ 16.045,46
BANHO + TOSA PET GRANDE	180	R\$ 27.000,00	189	R\$ 28.350,00	193	R\$ 28.917,00	197	R\$ 29.495,34	201	R\$ 30.085,25
TOTAL	1980	R\$ 129.900,00	2079	R\$ 136.395,00	2121	R\$ 139.122,90	2163	R\$ 141.905,36	2206	R\$ 144.743,47

Fonte: A autora (2024).

Conforme a Tabela 13, o crescimento das receitas com serviços foi projetado com base em uma taxa de 5% para o primeiro ano e de 2% nos anos seguintes. Para o primeiro ano, a receita bruta total projetada é de R\$129.900,00, com as maiores vendas na categoria “Banho + tosa completa pet grande”, com um faturamento anual

de R\$27.000,00, e o “Banho + tosa higiênica pet grande” que totaliza R\$24.000,00. A partir do segundo ano, considerando 2% de aumento, o faturamento total anual atinge R\$136.395,00, subindo para R\$139.122,90 no terceiro ano, R\$141.905,36 no quarto ano e R\$144.743,47 no quinto ano. As categorias de maior destaque permanecem sendo “Banho + tosa completa pet grande” e “Banho + tosa higiênica pet grande”, consolidando-se como os principais geradores de receita entre os serviços do *pet shop*. A seguir, será apresentada a projeção do fluxo de caixa da empresa.

4.5.5 Projeção do Fluxo de Caixa

Após a elaboração das projeções de receitas e custos, o fluxo de caixa torna-se uma ferramenta importante para ajudar na tomada de decisão do empreendedor. Ele permite prever entradas e saídas de recursos, identificar potenciais problemas financeiros e adotar medidas corretivas quando necessário, além de facilitar a tomada de decisões estratégicas. Na Tabela 14 a seguir, apresenta-se o fluxo de caixa do *pet shop* projetado para um período de cinco anos.

Tabela 14: Fluxo de Caixa - Modelo Realista

		ANO 0-1	ANO 1-2	ANO 2-3	ANO 3-4	ANO 4-5
FATURAMENTO PRODUTOS		R\$ 199.992,01	R\$ 209.991,61	R\$ 214.191,44	R\$ 218.475,27	R\$ 222.844,78
FATURAMENTO SERVIÇOS		R\$ 129.900,00	R\$ 136.395,00	R\$ 139.122,90	R\$ 141.905,36	R\$ 144.743,47
FATURAMENTO TOTAL		R\$ 329.892,01	R\$ 346.386,61	R\$ 353.314,34	R\$ 360.380,63	R\$ 367.588,24
COMPRAS		R\$ 81.458,50	R\$ 85.531,42	R\$ 87.242,05	R\$ 88.986,89	R\$ 90.766,63
FLUXO DE CAIXA						
		ANO 0-1	ANO 1-2	ANO 2-3	ANO 3-4	ANO 4-5
À VISTA	60%	R\$ 197.935,21	R\$ 207.831,97	R\$ 211.988,61	R\$ 216.228,38	R\$ 220.552,95
À PRAZO	40%	R\$ 131.956,80	R\$ 138.554,64	R\$ 141.325,74	R\$ 144.152,25	R\$ 147.035,30
I - TOTAIS DE ENTRADAS		R\$ 329.892,01	R\$ 346.386,61	R\$ 353.314,34	R\$ 360.380,63	R\$ 367.588,24
IMPOSTOS SOBRE PRODUTOS						
IMPOSTOS SOBRE PRODUTOS	7,3%	R\$ 14.599,42	R\$ 15.329,39	R\$ 15.635,98	R\$ 15.948,69	R\$ 16.267,67
IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS	11,2%	R\$ 14.548,80	R\$ 15.276,24	R\$ 15.581,76	R\$ 15.893,40	R\$ 16.211,27
FORNECEDORES A VISTA	30%	R\$ 24.437,55	R\$ 25.659,43	R\$ 26.172,61	R\$ 26.696,07	R\$ 27.229,99
FORNECEDORES A PRAZO	70%	R\$ 57.020,95	R\$ 59.871,99	R\$ 61.069,43	R\$ 62.290,82	R\$ 63.536,64
DESPESAS OPERACIONAIS	5% 2%	R\$ 30.588,00	R\$ 32.117,40	R\$ 32.759,75	R\$ 33.414,94	R\$ 34.083,24
SALÁRIOS + ENCARGOS SOCIAIS	5%	R\$ 84.240,00	R\$ 108.108,00	R\$ 113.513,40	R\$ 119.189,07	R\$ 125.148,52
TREINAMENTOS (1X AO ANO)		R\$ 1.790,00	R\$ 1.879,50	R\$ 1.917,09	R\$ 1.955,43	R\$ 1.994,54
OUTROS CUSTOS FIXOS	5% 2%	R\$ 9.336,75	R\$ 9.803,58	R\$ 9.999,65	R\$ 10.199,65	R\$ 10.403,64
II - TOTAIS DE SAÍDAS		R\$ 236.561,46	R\$ 268.045,53	R\$ 276.649,68	R\$ 285.588,08	R\$ 294.875,51
III - RESULTADO OPERACIONAL						
III - RESULTADO OPERACIONAL		R\$ 93.330,55	R\$ 78.341,08	R\$ 76.664,66	R\$ 74.792,55	R\$ 72.712,73
SALDO INICIAL		-	R\$ 93.330,55	R\$ 171.671,63	R\$ 248.336,30	R\$ 323.128,85
IV - SALDO FINAL DE CAIXA		R\$ 93.330,55	R\$ 171.671,63	R\$ 248.336,30	R\$ 323.128,85	R\$ 395.841,58

Fonte: A autora (2024).

A Tabela 14 apresenta a projeção do fluxo de caixa, detalhando as entradas e saídas financeiras em cenário realista para o negócio. O faturamento do *pet shop* é composto por produtos e serviços. As entradas financeiras são compostas por vendas à vista (60% do faturamento total) e a prazo (40% do faturamento), com esses valores crescendo de R\$329.892,01 no primeiro ano para R\$367.588,24 no quinto ano. Considerando um aumento de 5% no primeiro ano e 2% nos anos seguintes.

As saídas financeiras incluem impostos sobre os produtos e serviços ofertados, compras de mercadorias, pagamentos a fornecedores (30% à vista e 70% a prazo), despesas operacionais, salários e encargos sociais, custos com treinamento anual e outros custos fixos. O total de saídas cresce de R\$ 236.561,46 no primeiro ano para R\$ 294.875,51 no quinto ano.

O lucro operacional, calculado pela diferença entre as entradas e as saídas, é positivo em todos os anos analisado. Ele inicia em R\$ 93.330,55 no primeiro ano, mas apresenta uma redução gradual, chegando a R\$ 72.712,73 no quinto ano. Essa diminuição reflete o impacto do crescimento das despesas, embora as receitas continuem suficientes para cobrir os custos e assegurar a geração de lucro.

O saldo final da caixa reflete o lucro acumulado ao longo dos anos, considerando os lucros anuais somados ao saldo do ano anterior. Esse saldo aumenta de forma consistente, passando de R\$93.330,55 no primeiro ano para R\$395.841,58 no quinto ano. Esse crescimento demonstra uma boa saúde financeira, reforçando a capacidade do negócio de enfrentar possíveis imprevistos e manter a operação.

Apesar da redução gradual no lucro operacional, o saldo acumulado de caixa registra crescimento contínuo, indicando uma gestão financeira eficiente. Esse desempenho reforça a sustentabilidade do negócio, além de proporcionar maior segurança para enfrentar desafios futuros.

Portanto, considerando o fluxo de caixa positivo e a evolução dos resultados, conclui-se que a empresa está em condições de honrar seus compromissos financeiros e manter sua operação com saúde financeira. Na sequência, serão analisados os indicadores econômico-financeiros para complementar a avaliação.

4.6 ANÁLISE DOS INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS

Os indicadores econômico-financeiros são fundamentais para orientar a tomada de decisão do empreendedor, pois fornecem informações sobre o desempenho financeiro da empresa e facilitam a análise dos resultados. A seguir, serão analisados os principais indicadores, incluindo a Taxa Interna de Retorno (TIR), o Valor Presente Líquido (VPL), o Tempo de Retorno do Investimento (Payback) e o Custo de Oportunidade do empreendimento. A Tabela 15 apresenta um resumo do fluxo de caixa projetado, que foi utilizada para os cálculos desses indicadores.

Tabela 15: Resumo do Fluxo de Caixa

PERÍODO	FLUXO DE CAIXA
IMPLANTAÇÃO	-R\$ 44.967,92
ANO 1	R\$ 93.330,55
ANO 2	R\$ 78.341,08
ANO 3	R\$ 76.664,66
ANO 4	R\$ 74.792,55
ANO 5	R\$ 72.712,73

Fonte: A autora (2024).

Os dados resumidos na Tabela 15 refletem os valores anuais do fluxo de caixa durante o período de cinco anos, incluindo o investimento inicial na fase de implantação. A análise dos indicadores calculados a partir dessas informações será apresentada nas subseções seguintes, contribuindo para uma compreensão mais detalhada da viabilidade econômico-financeira do empreendimento.

4.6.1 Taxa Interna de Retorno – TIR

Para o cálculo da Taxa Interna de Retorno (TIR), foi utilizado o valor de R\$44.967,92 como base de investimento inicial e o valor total de cada ano projetado no fluxo de caixa. Utilizou-se o valor da Taxa Mínima de Atratividade (TMA) de 18% ao ano para refletir o retorno mínimo esperado, considerando a taxa de juros do mercado e o risco associado ao setor de *pet shops*. A fórmula utilizada para o cálculo da TIR é apresentada a seguir.

$$\begin{aligned} \text{R\$ } 44.967,92 &= \frac{\text{R\$ } 93.330,55}{(1+i)^1} + \frac{\text{R\$ } 78.341,08}{(1+i)^2} + \frac{\text{R\$ } 76.664,66}{(1+i)^3} \\ &+ \frac{\text{R\$ } 74.792,55}{(1+i)^4} + \frac{\text{R\$ } 72.712,73}{(1+i)^5} > \text{TIR (i)} = \mathbf{194,87\%} \end{aligned}$$

De acordo com Camargo (2017b), quando a TIR supera a TMA, o projeto é considerado viável. Dessa forma, com uma TIR de 194,87%, superior à TMA de 18%, o projeto demonstra alta rentabilidade e, portanto, é viável do ponto de vista financeiro. Ele sugere que o investimento tem grande potencial de retorno, tornando a proposta atraente para o empreendedor. Em seguida, será apresentado o cálculo do Valor Presente Líquido (VPL).

4.6.2 Valor Presente Líquido – VPL

Para o cálculo do Valor Presente Líquido (VPL), foi utilizado o valor total de cada ano projetado no fluxo de caixa e uma Taxa Mínima de Atratividade (TMA) de 18% ao ano, descritos no cálculo do modelo realista a seguir.

$$\begin{aligned} \text{VPL} = \text{R\$ } 44.967,92 &= \frac{\text{R\$ } 93.330,55}{(1+i)^1} + \frac{\text{R\$ } 78.341,08}{(1+i)^2} + \frac{\text{R\$ } 76.664,66}{(1+i)^3} \\ &+ \frac{\text{R\$ } 74.792,55}{(1+i)^4} + \frac{\text{R\$ } 72.712,73}{(1+i)^5} > \text{VPL} = \mathbf{\text{R\$ } 207.410,17} \end{aligned}$$

O cálculo do VPL resultou em R\$207.410,17, ou seja, positivo, indicando que as receitas superam as despesas ao longo de cinco anos projetados. De acordo com Camargo (2017d), um VPL positivo significa que o projeto é viável financeiramente, pois o retorno gerado pelas receitas compensa os custos e o investimento inicial. Portanto, o investimento no *pet shop* é recomendado, pois o VPL positivo confirma a viabilidade financeira do empreendimento. Além de cobrir seus custos, o projeto também gerará lucro ao longo do tempo, tornando-se uma opção rentável para o empreendedor.

Na sequência será demonstrado o cálculo do Payback do *pet shop*.

4.6.3 Tempo de Retorno de Investimento – Payback

O tempo de retorno de investimento (Payback) indica o tempo necessário para que o investimento inicial do *pet shop* seja recuperado por meio dos fluxos de caixa gerados ao longo dos anos. Esse indicador financeiro avalia a liquidez e a viabilidade do projeto, fornecendo uma estimativa do período em que o retorno sobre o investimento acontecerá. Para esse cálculo, utilizou-se a fórmula da Tabela 16, a seguir.

Tabela 16: Payback Simples

ANO	FLUXO DE CAIXA	SALDO ACUMULADO
0	-R\$ 44.967,92	-R\$ 44.967,92
1	R\$ 93.330,55	R\$ 48.362,63
2	R\$ 78.341,08	R\$ 126.703,71
3	R\$ 76.664,66	R\$ 203.368,38
4	R\$ 74.792,55	R\$ 278.160,93
5	R\$ 72.712,73	R\$ 350.873,66

Fonte: A autora (2024).

A Tabela 16, através do Payback simples, apresenta o fluxo de caixa e o saldo acumulado ao longo de cinco anos, destacando a recuperação do investimento inicial de R\$44.967,92. No primeiro ano, o fluxo de caixa de R\$93.330,55 já cobre o valor do investimento, resultando em um saldo acumulado de R\$48.362,63. Desta forma, significa que o investimento é recuperado rapidamente, indicando que o projeto tem um bom retorno no curto prazo, mais uma vez indicando que o projeto deve ser aceito.

4.6.4 Custo de Oportunidade do Negócio

O custo de oportunidade refere-se ao valor que o empreendedor deixa de ganhar ao optar por um investimento específico em vez de outro. Para calcular o custo de oportunidade do projeto, analisou-se a rentabilidade do montante inicial de R\$44.967,92 em outras opções de investimento de baixo risco, como a poupança e o Certificado de Depósito Interbancário (CDB), conforme apresentado na Tabela 17 a seguir.

Tabela 17: Opções de Investimentos

PRODUTO	TAXA (a.a.)	VALOR INVESTIDO (R\$)	RENDIMENTO EM 5 ANOS (R\$)	RENDIMENTO + VALOR INVESTIDO (R\$)
POUPANÇA	7,05%	R\$ 44.967,92	R\$ 18.249,41	R\$ 63.217,33
CDB (100% DO CDI)	10,97%	R\$ 44.967,92	R\$ 30.703,30	R\$ 75.671,22

Fonte: A autora (2024).

Observa-se na Tabela 17, que foi utilizada a taxa de 7,05% ao ano para a poupança, e a taxa de 10,97% para o Certificado de Depósito Interbancário (CDB), resultando ao final de cinco anos em um montante de R\$63.217,33 para a poupança e R\$75.671,22 para o CDB. A seguir, na Tabela 18, apresenta-se projeção dos valores finais das opções de investimentos para os cinco anos.

Tabela 18: Projeção de Opções de Investimentos

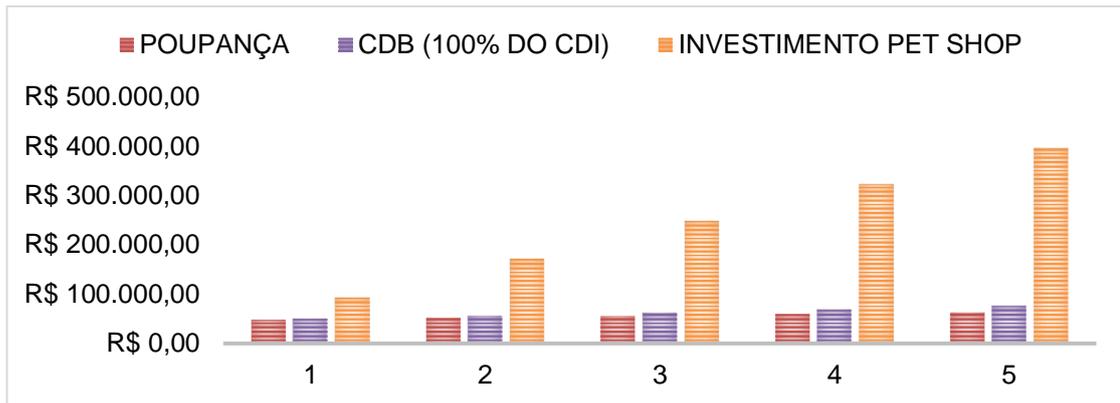
PRODUTO	VALOR FINAL ANO 1 (R\$)	VALOR FINAL ANO 2 (R\$)	VALOR FINAL ANO 3 (R\$)	VALOR FINAL ANO 4 (R\$)	VALOR FINAL ANO 5 (R\$)
POUPANÇA	R\$ 48.138,16	R\$ 51.531,90	R\$ 55.164,90	R\$ 59.054,02	R\$ 63.217,33
CDB (100% DO CDI)	R\$ 49.900,90	R\$ 55.375,03	R\$ 61.449,67	R\$ 68.190,70	R\$ 75.671,22
INVESTIMENTO PET SHOP	R\$ 93.330,55	R\$ 171.671,63	R\$ 248.336,30	R\$ 323.128,85	R\$ 395.841,58

Fonte: A autora (2024).

Ao comparar as opções de investimentos, observa-se que o retorno obtido com o *pet shop* é superior. Comparado com a poupança e o CDB, que oferecem um rendimento constante e dependente do cumprimento do prazo de cinco anos, o investimento no *pet shop* se destaca ao gerar ganhos significativos ao longo do período.

No quinto ano, o valor final do investimento no *pet shop* chega a R\$395.841,58, enquanto o da poupança chega a R\$63.217,33 e o do CDB (100% do CDI) a R\$75.671,22. O retorno do *pet shop* supera o da poupança em 526,16% e o do CDB em 423,11%. Esses percentuais evidenciam a atratividade do empreendimento, destacando-o como uma escolha vantajosa para o empreendedor em busca de maior rentabilidade. Com base na projeção dos resultados de cada opção para os cinco anos, também foi realizado um comparativo anual entre elas, conforme ilustrado na Figura 28 a seguir.

Figura 28: Comparativo Anual dos Investimentos



Fonte: A autora (2024).

Ao analisar a Figura 28, percebe-se que, apesar do risco mais elevado, o investimento no pet shop oferece um retorno acumulado significativamente superior às opções tradicionais de baixo risco. A seguir, será apresentada uma análise de opções para uma tomada de decisão.

4.7 VIABILIDADE PARA A TOMADA DE DECISÃO DO EMPREENDEDOR

Para avaliar a viabilidade do *pet shop*, foram considerados três cenários: pessimista, realista e otimista. O cenário realista foi detalhadamente calculado, considerando as projeções de vendas e fluxo de caixa mais prováveis. Esse modelo foi analisado com base em uma estimativa realista de mercado, levando em conta as receitas previstas e os custos operacionais, o que resultou em uma análise positiva da viabilidade financeira do *pet shop*.

Embora os cálculos não terem sido realizados de forma detalhada para os cenários pessimista e otimista, é possível estimar os impactos de cada um. No modelo pessimista, considerando uma redução de até 30% nas vendas, espera-se que o *pet shop* ainda consiga se manter financeiramente viável, com um fluxo de caixa menor, mas ainda positivo, além da possibilidade de adaptação às variações do mercado. A Tabela 19 a seguir, mostra o cálculo do Payback simples para este cenário.

Tabela 19: Payback Simples – Cenário Pessimista

ANO	FLUXO DE CAIXA	FLUXO DE CAIXA AJUSTADO (-30%)	SALDO ACUMULADO
0	-R\$ 44.967,92	-R\$ 44.967,92	-R\$ 44.967,92
1	R\$ 93.330,55	R\$ 65.331,39	R\$ 20.363,47
2	R\$ 76.051,70	R\$ 53.236,19	R\$ 73.599,66
3	R\$ 75.703,12	R\$ 52.992,19	R\$ 126.591,84
4	R\$ 73.811,78	R\$ 51.668,25	R\$ 178.260,09
5	R\$ 71.712,35	R\$ 50.198,64	R\$ 228.458,73

Fonte: A autora (2024).

No cenário pessimista, levando em conta a redução de 30% nas vendas, o retorno do investimento ocorre em 1,82 anos, ou aproximadamente 1 ano e 10 meses. Isso significa que, mesmo com a queda nas vendas, o pet shop será capaz de Recuperando seu investimento inicial em um período relativamente curto, começando a gerar lucro em seguida. Já no cenário otimista, as vendas superariam as projeções iniciais, ou seja, o retorno financeiro seria ainda mais expressivo, acelerando a recuperação do investimento inicial e aumentando o lucro do negócio.

Esses resultados fornecem uma base sólida para a tomada de decisão do empreendedor, que pode confiar na viabilidade do projeto tanto em condições normais quanto em cenários mais desafiadores ou otimistas. Além disso, o negócio oferece oportunidades de ampliação do alcance e diversificação da geração de receita. Uma alternativa é a implementação de planos de saúde para pets, que será abordado a seguir.

4.8 PLANOS DE SAÚDE E FRANQUIAS

A diversificação de serviços e modelos de negócios é indispensável para a sustentabilidade e crescimento de longo prazo no mercado pet. A seguir, serão abordados, primeiramente, a implementação de planos de saúde para pets, uma estratégia com o objetivo de fidelizar seus clientes e gerar receita recorrente. Em seguida, será analisada a viabilidade de optar por uma franquia já consolidada no mercado, em vez de adotar o modelo de abertura do negócio do zero, avaliando suas vantagens e desafios em relação ao modelo próprio de empreendimento próprio.

4.8.1 Planos de Saúde

A implementação de planos de saúde para pets pode ser uma estratégia viável e promissora para a expansão do *pet shop* no futuro, agregando valor ao negócio e aumentando a fidelização dos clientes. Conforme os resultados do questionário aplicado, já descritos neste estudo, embora a maioria dos respondentes não conheça esses serviços, foi identificado um grande potencial de mercado, especialmente entre aqueles que demonstraram interesse ou incerteza quanto à contratação de planos de saúde.

Entende-se que, além de atender às principais preocupações dos tutores dos pets, os planos de saúde podem criar um fluxo de receita constante e recorrente que diferenciará o *pet shop* do mercado local. Com planejamento adequado e um estudo de viabilidade, essa estratégia tem o potencial de fortalecer a posição da empresa e ainda atender à crescente demanda da indústria de cuidados com animais.

4.8.2 Franquias

Ao considerar a viabilidade do *pet shop*, uma alternativa ao modelo de abrir o negócio do zero seria a escolha por uma franquia consolidada, como a Petland, que oferece uma estrutura de negócios comprovada. Esse modelo pode proporcionar vantagens competitivas significativas, especialmente para um empreendedor que procura minimizar os riscos associados ao lançamento de um novo negócio. Contudo, essa escolha envolve custos iniciais variados, dependendo do formato da franquia escolhida. A Petland oferece três modelos de lojas, cada um com requisitos e retornos financeiros distintos, conforme mostra a Figura 29 (Petland, 2024) a seguir.

Figura 29: Modelos de Lojas



Fonte: Petland (2024).

Conforme ilustrado na Figura 29, de acordo com Petland (2024), cada modelo de loja de franquia oferece diferentes níveis de investimento e retorno:

1. Loja Pocket: Com um investimento a partir de R\$ 350 mil, essa opção exige uma área de 50 a 80 m² e tem um faturamento mensal de R\$ 50 mil a R\$ 80 mil;
2. Loja Light: Exige um investimento de R\$ 550 mil e uma área de 80 a 169 m². O faturamento mensal vai de R\$ 100 mil a R\$ 200 mil;
3. Loja Full: A opção mais robusta, com um investimento inicial de R\$ 850 mil e faturamento de R\$ 210 mil a R\$ 470 mil mensais.

Cada modelo oferece vantagens e desafios, porém, é importante ressaltar que embora as franquias ofereçam uma estrutura já consolidada e apoio contínuo, abrir o *pet shop* do zero permite ao empreendedor ter total controle sobre os custos, a escolha de fornecedores e a forma como o negócio será conduzido. Embora o risco seja maior, essa autonomia pode resultar em margens de lucro mais altas no longo prazo, uma vez que não há custos fixos com taxas de franquia.

Portanto, com um planejamento eficiente, o retorno do investimento pode ser mais rápido, possibilitando reinvestir os lucros em expansão de serviços, como os planos de saúde já citados, sem as restrições de uma franquia. Além disso, a flexibilidade do modelo próprio possibilita ajustes rápidos às demandas locais e personalização dos serviços, como, por exemplo, o desconto de 10% para clientes que utilizam os serviços semanalmente, que pode representar uma vantagem competitiva importante.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da viabilidade econômico-financeira para a implantação de um novo *pet shop* na cidade de Horizontina/RS é de grande relevância, considerando a crescente demanda por serviços e produtos para animais de estimação no Brasil. Este estudo teve como objetivo geral avaliar a viabilidade econômica e financeira desse projeto, levando em consideração aspectos como a demanda local, os custos, as receitas e retorno do investimento. Para que o objetivo geral fosse alcançado, foram estabelecidos e cumpridos os seguintes objetivos específicos.

O primeiro objetivo foi alcançado com a realização de uma análise de mercado na cidade de Horizontina/RS, considerando aspectos como a caracterização econômica e demográfica do município, o desempenho dos setores industrial, de serviços e agropecuário, além da identificação de oportunidades para novos empreendimentos.

O segundo objetivo foi alcançado por meio da aplicação de uma pesquisa para identificar a demanda por um novo *pet shop* em Horizontina/RS. O levantamento de dados quantitativos e qualitativos, realizado por meio de um questionário, permitiu compreender o perfil do público-alvo, suas necessidades e preferências. Os resultados indicaram interesse significativo nos serviços de banho e tosa, bem como na oferta de produtos para pets, evidenciando a aceitação positiva do público e confirmando a viabilidade de instalação do negócio na cidade.

O terceiro objetivo que, consistiu em identificar as receitas e os custos para a implantação do negócio, foi alcançado por meio da elaboração de projeções financeiras detalhadas. Foram estimadas as receitas esperadas e analisados os custos totais, abrangendo custos fixos e variáveis, considerando um período de cinco anos. O quarto objetivo foi abordado por meio de uma análise detalhada dos custos e preços de venda dos produtos e serviços, utilizando pesquisas de mercado e projeções financeiras. Permitindo calcular margens de lucro adequadas para garantir a sustentabilidade do negócio.

Em relação ao quinto objetivo, projetar o capital necessário para o investimento, foi realizada uma análise detalhada dos custos de implantação. O levantamento indicou que o valor total necessário para iniciar o negócio é de R\$44.967,92, cobrindo

todos os itens essenciais para o funcionamento do *pet shop*. Quanto ao sexto objetivo, foi elaborado um fluxo de caixa que possibilitou acompanhar as entradas e saídas financeiras ao longo do tempo, permitindo estimativas de retorno sobre o investimento.

A análise dos indicadores financeiros, cumprindo o sétimo objetivo, revelou um cenário favorável ao empreendedor. O estudo demonstrou rentabilidade, prazos de retorno razoáveis, riscos controláveis e boa liquidez, favorecendo a tomada de decisões assertivas para o futuro do *pet shop*.

O oitavo objetivo, que envolveu a definição do custo de oportunidade do negócio, foi cumprido com a análise do retorno do investimento em comparação com alternativas financeiras, como a poupança e o CDB. A análise mostrou que, embora a poupança e o CDB ofereçam riscos baixos e retornos obtidos, o *pet shop* oferece um retorno significativamente maior ao longo do tempo. Esse comparativo destaca a rentabilidade do empreendimento, tornando-o uma opção mais vantajosa para o empreendedor que busca maior retorno sobre o capital investido.

Quanto ao nono objetivo, a análise da viabilidade para a tomada de decisão do empreendedor indicou que o negócio possui grande potencial de crescimento na cidade de Horizontina/RS, especialmente com a implementação de estratégias futuras como a oferta de planos de saúde para pets. Já o último objetivo foi atingido ao explorar a possibilidade de franquias, sendo evidenciado que, embora as franquias ofereçam uma estrutura consolidada e suporte contínuo, exigem investimentos mais elevados e impõem algumas limitações operacionais. Por outro lado, a abertura de um *pet shop* próprio confere maior flexibilidade para adaptar o modelo de negócios às necessidades locais e ao perfil dos consumidores.

Em resposta ao problema de pesquisa, “Existe viabilidade econômico-financeira para a implantação de um novo *pet shop* na cidade de Horizontina/RS?”, pode-se afirmar que a viabilidade da implantação é positiva, considerando os indicadores analisados e os resultados obtidos. O retorno sobre o investimento é recebido ainda durante o primeiro ano, com risco moderado e bom potencial de rentabilidade. A implantação de um modelo próprio oferece ao empreendedor maior controle sobre os custos e decisões estratégicas, o que pode aumentar ainda mais as margens de lucro no futuro.

Sugere-se para trabalhos futuros, incluir uma análise aprofundada sobre a implementação de planos de saúde para animais, uma área que se mostra com grande potencial de crescimento no mercado de pets. Também se torna relevante

explorar a viabilidade da expansão do negócio para outras cidades ou regiões, considerando os desafios logísticos e as oportunidades de mercado em cidades vizinhas. Essas análises podem contribuir para as decisões estratégicas mais informadas e sustentáveis no futuro do *pet shop*.

Com a realização de todos os objetivos propostos e a análise positiva da viabilidade econômico-financeira para a implantação de um *pet shop* na cidade de Horizontina/RS, este trabalho chega ao seu término com a certeza de que é fundamental realizar uma análise detalhada antes de qualquer investimento. Esse estudo mostrou-se essencial para evitar riscos e oferecer uma visão clara da situação financeira do negócio. Baseado nessas informações, o empreendedor pode tomar decisões mais assertivas, o que aumentará as chances de sucesso na abertura do *pet shop*.

REFERÊNCIAS

ABINPET. **Mercado Pet 2022: Panorama e Tendências do Setor.** Disponível em: <https://abinpet.org.br>. Acesso em: 16 dez. 2024.

ADV TECNOLOGIA. **Despesas pré operacionais**, 2023. Disponível em: < <https://www.advtecnologia.com.br/despesas-pre-operacionais/#:~:text=Custos%20pr%C3%A9%20operacionais%20s%C3%A3o%20aqueles,classificados%20como%20despesas%20n%C3%A3o%20recuper%C3%A1veis.>> Acesso em: 03 abr. 2024.

AFFONSO, Lígia M. F.; RUWER, Léia M. E.; GIACOMELLI, Giancarlo. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. *E-book*. ISBN 978-85-9502-832-6. Disponível em: < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028326/pageid/24> > Acesso em: 01 abr. 2024.

ALVES, Igor. **Referencial teórico**, 2021. Disponível em: < <https://www.significados.com.br/referencial-teorico/> > Acesso em: 24 mar. 2024.

AMÉRICO, Juliana. **Mercado pet fatura bilhões e abre portas para quem quer investir além das tradicionais pet shops**, 2021. Disponível em: <https://vocesa.abril.com.br/empreendedorismo/mercado-pet-fatura-bilhoes-e-abre-portas-para-quem-quer-investir-alem-das-tradicionais-pet-shops> > Acesso em: 31 mai. 2024.

A POLLINÁRIO, Fabio. **Dicionário de metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2011. ISBN 978-85-224-5482-2. Disponível em: < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522466153/pageid/0> > Acesso em: 17 abr. 2024.

ASSAF NETO, Alexandre. **Matemática financeira e suas aplicações**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2019. < [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559773244/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4051:36](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559773244/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4051:36) > Acesso em: 14 abr. 2024.

BAGGIO, Adelar F.; BAGGIO, Daniel K. **Empreendedorismo: conceitos e definições**, 2014. Disponível em: < <https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522> > Acesso em: 01 abr. 2024.

BARBOZA, Rodrigo T. **O mercado de pet shop no Brasil**, 2024. Disponível em: < <https://revistaft.com.br/o-mercado-de-pet-shop-no-brasil/> > Acesso em: 04 jul. 2024.

BLOG STONE. **Payback: o que é, qual a sua importância e como calcular?** 2021. Disponível em: < <https://blog.stone.com.br/payback-o-que-e-qual-a-sua-importancia-e-como-calcular/> > Acesso em: 07 mai. 2024.

BORNIA, Antonio C.; **Análise gerencial de custos**. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2010.

CAIXA. **Fluxo de Caixa**, 2023. Disponível em: < <https://www.caixa.gov.br/educacao-financeira/empresa/fluxo-de-caixa/Paginas/default.aspx#:~:text=De%20forma%20simples%2C%20podemos%20dizer,um%20determinado%20per%C3%ADodo%20de%20tempo.> > Acesso em: 20 out. 2024.

CAMARGO, Renata F. **Estudo de viabilidade econômica e financeira de projetos**: como a análise de viabilidade econômica e financeira contribui para manter as surpresas longe de seu negócio, 2017a. Disponível em: < <https://www.treasy.com.br/blog/estudo-de-viabilidade-economica-e-financeira-de-projetos/> > Acesso em mar. 2024.

CAMARGO, Renata F. **Taxa interna de retorno**: como a TIR é aplicada na análise de viabilidade de investimento em um projeto? 2017b. Disponível em: < <https://www.treasy.com.br/blog/taxa-interna-de-retorno-tir/> > Acesso em: 14 abr. 2024.

CAMARGO, Renata F. **Taxa mínima de atratividade**, 2017c. Disponível em: < <https://www.treasy.com.br/blog/taxa-minima-de-atratividade-tma/> > Acesso em: 07 mai. 2024.

CAMARGO, Renata F. **Valor presente líquido**, 2017d. Disponível em: < <https://www.treasy.com.br/blog/valor-presente-liquido-vpl/> > Acesso em: 07 mai. 2024.

CANTO, Lucianne. **Indicadores financeiros**, 2020. Disponível em: < <https://4cinco.com/indicadores-financeiros/#:~:text=Como%20o%20pr%C3%B3prio%20nome%20j%C3%A1,de%20desempenho%20e%20de%20resultado.> > Acesso em: 27 mar. 2024.

COMUNICAÇÃO CRMV-SP. **Animais são cada vez mais parte das famílias brasileiras**, 2018. Disponível em: < <https://crmvsp.gov.br/animais-sao-cada-vez-mais-parte-das-familias-brasileiras/> > Acesso em: 22 fev. 2024.

CONTA AZUL. **Indicador payback**, 2024. Disponível em: < <https://blog.contaazul.com/indicador-payback/#:~:text=que%20%C3%A9%20payback-,Payback%20%C3%A9%20um%20indicador%20financeiro%20que%20representa%20o%20tempo%20de,um%20determinado%20projeto%20ou%20aplica%C3%A7%C3%A3o.> > Acesso em: 07 mai. 2024.

COSTA NETO, Pedro L. de O. **Estatística**. 2 ed. Edgard Blücher Ltda, 2002.

DE PAULA, Gilles B. **Demonstrativo de fluxo de caixa**, 2013. Disponível em: < <https://www.treasy.com.br/blog/demonstrativo-de-fluxo-de-caixa/> > Acesso em: 08 mai. 2024.

DICIONARIO FINANCEIRO. **Análise de mercado**, 2020. Disponível em: < <https://www.dicionariofinanceiro.com/analise-de-mercado/> > Acesso em: 01 abr. 2024.

DORNBUSCH, R.; FISCHER, S. **Macroeconomia**. 6. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2001.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo – transformando ideias em negócios**. 9. ed. - [2ª. Reimp.] - Barueri [SP]: Atlas, 2024. ISBN 978-65-5977-453-1. Disponível em: < [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559774531/epubcfi/6/10\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcopyright\]!/4](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559774531/epubcfi/6/10[%3Bvnd.vst.idref%3Dcopyright]!/4) > Acesso em: 02 abr. 2024.

ECONSULT. **Microeconomia e macroeconomia**, 2019. Disponível em: < <https://econsult.org.br/blog/microeconomia-e-macroeconomia/> > Acesso em: 02 abr. 2024.

ESAGJR. **A importância do fluxo de caixa para a gestão financeira do seu negócio**, 2022. Disponível em: < <https://esagjr.com.br/blog/importancia-fluxo-de-caixa-gestao-financeira/#:~:text=O%20fluxo%20de%20caixa%20possibilita,sua%20empresa%20fi que%20no%20vermelho> > Acesso em: 22 mai. 2024.

EXAME. **Empreendedorismo, o que é**, 2023. Disponível em: < <https://exame.com/invest/guia/empreendedorismo-o-que-e-red04/> > Acesso em: 01 abr. 2024.

FAGUNDES, Tanara. **Análise de indicadores financeiros**, 2020. Disponível em: < <https://www.treasy.com.br/blog/analise-de-indicadores-financeiros/> > Acesso em: 14 abr. 2024.

FIA. **Risco de Negócio**, 2021. Disponível em: < <https://fia.com.br/blog/risco-de-negocio/#:~:text=Risco%20de%20neg%C3%B3cio%20%C3%A9%20toda,uma%20atividade%20produtiva%20tenha%20continuidade.> > Acesso em: 08 mai. 2024.

FININ CONSULTING. **Importância da análise econômico-financeira para o sucesso empresarial**, 2023. Disponível em: < <https://fininconsulting.com/importancia-da-analise-economico-financeira-para-o-sucesso-empresarial/#:~:text=Tomada%20de%20decis%C3%B5es%20informadas%3A%20Com,com%20base%20em%20dados%20concretos.> > Acesso em: 12 abr. 2024.

FOLHA SÃO PAULO. **Nos anos 80 cachorro só tomava remédio de gente**, 2013. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/paywall/adblock.shtml?origin=after&url=https://m.folha.uol.com.br/saopaulo/2013/05/1281757-nos-anos-80-cachorro-so-tomava-remedio-de-gente-diz-pioneiro-dos-pet-shops.shtml?loggedpaywall> > Acesso em: 04 jul. 2024.

GIL, Robledo L. **Tipos de pesquisa**, 2017. Disponível em: < <https://wp.ufpel.edu.br/ecb/files/2009/09/Tipos-de-Pesquisa.pdf> > Acesso em: 02 jul. 2024.

GOMES, Gustavo. **Perguntas abertas e fechadas em vendas: aprenda a fazer e veja exemplos**, 2021. Disponível em: < <https://www.agendor.com.br/blog/perguntas-abertas-e-fechadas-em-vendas/> > Acesso em: 02 jul. 2024.

GOV. **Benefícios com valor acima do salário mínimo são reajustados em 5,93%**, 2024. Disponível em: < <https://www.gov.br/inss/pt-br/noticias/noticias-ministerio-da-previdencia/beneficios-com-valor-acima-do-salario-minimo-sao-reajustados-em-5-93> > Acesso em: 18 nov. 2024.

GUEDES, Misael. **Taxa interna de retorno: Importa mais que o valor justo?** 2024. Disponível em: < <https://varos.com.br/blog/artigo/taxa-interna-de-retorno-tir> > Acesso em: 14 abr. 2024.

GULARTE, Charles. **Capital de giro**, 2023. Disponível em: < <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/capital-de-giro/#:~:text=continuidade%20da%20opera%C3%A7%C3%A3o,-,O%20que%20%C3%A9%20o%20capital%20de%20giro%3F,despesas%20ao%20longo%20do%20tempo.> > Acesso em: 03 abr. 2024.

HORIZONTINA. **Localização de empresas e estabelecimentos comerciais**, 2024. Disponível em: < <https://horizontina.atende.net/autoatendimento/servicos> > Acesso em: 12 set. 2024.

IBGE. **Horizontina**, 2022. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/horizontina/panorama> > Acesso em: 29 ago. 2024.

INDICADORES MUNICIPAIS. **Planejamento Horizontina**, 2021. Disponível em: < <https://indicadoresmunicipais.planejamento.rs.gov.br/> > Acesso em: 09 set. 2024.

INSTITUTO PET BRASIL. **Censo Pet: 1393 milhões de animais de estimação no Brasil**, 2019. Disponível em: < <https://institutopetbrasil.com/imprensa/censo-pet-1393-milhoes-de-animais-de-estimacao-no-brasil/> > Acesso em 04 out. 2024.

INSTITUTO PET BRASIL. **Amor pelos animais impulsiona os negócios**, 2022a. Disponível em: < <https://institutopetbrasil.com/fique-por-dentro/amor-pelos-animais-impulsiona-os-negocios-2-2/> > Acesso em: 22 fev. 2024.

INSTITUTO PET BRASIL. **Censo Pet IPB: com alta recorde de 6% em um ano, gatos lideram crescimento de animais de estimação no Brasil**, 2022b. Disponível em: < <https://institutopetbrasil.com/fique-por-dentro/amor-pelos-animais-impulsiona-os-negocios-2-2/> > Acesso em: 02 jul. 2024.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

LOZADA, Gisele.; NUNES, Karina da Silva. **Metodologia científica**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. E-book. ISBN 978-85-9502-957-6. Disponível em: < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595029576/pageid/1> > Acesso em: 03 abr. 2024.

LIMA, Caroline. **Análise de mercado**, 2020a. Disponível em: < <https://investorcp.com/gestao-empresarial/analise-de-mercado/> > Acesso em: 02 abr. 2024.

LIMA, Caroline. **Estudo de viabilidade financeira**, 2020b. Disponível em: < <https://investorcp.com/financas-corporativas/estudo-de-viabilidade-financeira/> > Acesso em: 10 abr. 2024.

LIMA, Monique. **Brasil é o terceiro país com mais pets; setor fatura R\$ 52 bilhões**, 2022. Disponível em: < <https://forbes.com.br/forbes-money/2022/10/brasil-e-o-terceiro-pais-com-mais-pets-setor-fatura-r-52-bilhoes/> > Acesso em: 30 set. 2024.

MARCONDES, José S. **Tomada de decisão: o que é, tipos, etapas tomadas de decisões**, 2023. Disponível em: < <https://gestaodesegurancaprivada.com.br/tomada-de-decisao-o-que-e-tipos-etapas-tomadas-de-decisoes/#:~:text=A%20decis%C3%A3o%20%C3%A9%20o%20processo,em%20informa%C3%A7%C3%B5es%20e%20crit%C3%A9rios%20estabelecidos.> > Acesso em: 27 mar. 2024.

MARCONI, Marina De A.; LAKATOS, Eva M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. Ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2010.

MARCONI, Marina De A.; LAKATOS, Eva M. **Metodologia científica**. Barueri [SP]: Atlas, 2022. E-book. ISBN 978-65-5977-065-6. Disponível em: < [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770670/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4052:36](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770670/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4052:36) > Acesso em: 17 abr. 2024.

MARCONI, Marina De A.; LAKATOS, Eva M. **Técnicas de pesquisa**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em: < https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india > Acesso em: 02 abr. 2024.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MATIAS, Sanon. **Tomada de decisão**, 2023. Disponível em: < <https://webmaissistemas.com.br/blog/tomada-de-decisao/> > Acesso em: 27 mar. 2024.

MEU MUNICÍPIO. **Horizontina**, 2021. Disponível em: < <https://meumunicipio.org.br/perfil-municipio/4309605-Horizontina-RS?exercicio=2020> > Acesso em 2 set. 2024.

MUNDO FINANCEIRO. **TMA – Taxa mínima de atratividade**, 2023. Disponível em: < <https://mundofinanceiro.com.br/taxa-minima-de-atratividade/#:~:text=A%20Taxa%20M%C3%ADnima%20de%20Atratividade,pagar%20quando%20faz%20um%20financiamento.> > Acesso em: 04 mai. 2024.

MURBACH, Rute P. **Investimento Inicial para abrir uma empresa**, 2022. Disponível em: < <https://www.pereiramontenegro.com.br/blog/investimento-inicial-para-abrir-uma-empresa> > Acesso em: 03 abr. 2024.

NEON. **CNAE principal e secundários**: por que é vantajoso para o seu negócio? 2024. Disponível em: < <https://neon.com.br/aprenda/mei/cnae-principal-e-secundario/> > Acesso em 12 set. 2024.

NEON. **Petshop pode ser MEI?** Confira 8 dias para ter sucesso no ramo, 2024. Disponível em: < <https://neon.com.br/aprenda/mei/petshop-pode-ser-mei/> > Acesso em 12 set. 2024.

NOVENTIQ. **As 4 principais ferramentas para análise de investimentos**, 2023. Disponível em: < <https://noventiq.com.br/sobre-a-empresa/blog/as-4-principais-ferramentas-para-analise-de-investimentos#:~:text=O%20PayBack%20%C3%A9%20considerado%20o,a%20abertura%20de%20uma%20filial.> > Acesso em: 07 mai. 2024.

OLIVEIRA, Aline. **Tomada de decisão**, 2024. Disponível em: < <https://creditsbrasil.com.br/blog/tomada-de-decisao/> > Acesso em: 27 mar. 2024.

PEÇANHA, Vitor. **O que é marketing de conteúdo?** 2024. Disponível em: < <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-de-conteudo/> > Acesso em: 02 jul. 2024.

PETLAND. **Franquias Pet Shop**, 2024. Disponível em: < <https://franquiapetshop.com.br/> > Acesso em: 15 nov. 2024.

PET CONECTA DIGITAL. **Groomer, saiba tudo sobre essa profissão que crescer no Brasil**, 2022. Disponível em: < <https://www.petconectadigital.com.br/noticias/groom/groomer-saiba-tudo-sobre-essa-profissao-que-cresce-no-brasil> > Acesso em 02 set. 2024.

PREVISA. **Fluxo de caixa para empresa**, 2022. Disponível em: < <https://www.previsa.com.br/fluxo-de-caixa-para-empresa/> > Acesso em: 08 mai. 2024.

PRODANOV, Cleber C.; FREITAS, Ernani. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: < https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/291348/mod_resource/content/3/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf>. Acesso em: 10 abr. de 2024.

REIS, Tiago. **Custos e despesas**, 2023. Disponível em: < <https://www.sunoo.com.br/artigos/custos-despesas/#:~:text=custos%20e%20despesas%3F->

,Custo%20%C3%A9%20um%20gasto%20relativo%20ao%20bem%20ou%20servi%C3%A7o%20utilizado,contas%20de%20energia%20e%20entre%20outros. > Acesso em: 10 abr. 2024.

RIBEIRO, Felipe F. **Lucro x receita**, 2024. Disponível em: < <https://blog.omie.com.br/lucro-x-receita/#:~:text=A%20receita%20de%20uma%20empresa,servi%C3%A7os%20ou%20outras%20atividades%20operacionais.> > Acesso em: 10 abr. 2024.

SALES, Tatyane. **Fazendo, errando, aprendendo, inovando**: esse é o caminho! 2022. Disponível em: < <https://www.linkedin.com/pulse/fazendo-errando-aprendendo-inovando-esse-%C3%A9-o-caminho-tatyane-sales/> > Acesso em: 02 jul. 2024.

SAMANEZ, Carlos P.; **Matemática financeira**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SAMPIERI, Roberto H.; COLLADO, Carlos F.; LUCIO, Maria Del P. B. **Metodologia da pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. 5. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. Disponível em: < https://lurlamaqui.com.br/wp-content/uploads/2021/02/Schumpeter-Capitalismo-Socialismo-e-Democracia-1961-Editora-Fundo-de-Cultura-S.A.pdf?utm_source=chatgpt.com > Acesso em: 15 dez. 2024.

SEBRAE. **Viabilidade financeira, 2019**. Disponível em: < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/viabilidade-financeira,4e8ccd18a819d610VgnVCM1000004c00210aRCRD> > Acesso em: 06 out. 2024.

SEBRAE. **A taxa de sobrevivência das empresas**, 2023a. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD> > Acesso em: 13 mar. 2024.

SEBRAE. **Como fazer uma boa análise de mercado**, 2023b. Disponível em: < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-fazer-uma-boja-analise-de-mercado,2061b189deb36810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Uma%20an%C3%A1lise%20de%20mercado%20%C3%A9,decis%C3%B5es%20informadas%20sobre%20como%20avan%C3%A7ar.> > Acesso em: 01 abr. 2024.

SEBRAE. **Como montar uma loja de animais ou pet shop**, 2023c. Disponível em: < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-animais-ou-pet-shop,88187a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#mercado> > Acesso em: 14 abr. 2024.

SEBRAE. **Empreender tem riscos? Quais?** 2023d. Disponível em: < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/empreender-tem-riscos->

quais,4566f253be2a6810VgnVCM1000001b00320aRCRD > Acesso em: 08 mai. 2024.

SEBRAE. **O que é empreendedorismo**, 2023e. Disponível em: < <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo#:~:text=Empreendedorismo%20%C3%A9%20a%20capacidade%20que,algo%20positivo%20para%20a%20sociedade.> > Acesso em: 13 mar. 2024.

SEBRAE. **O que é o fluxo de caixa e como aplicá-lo no seu negócio**, 2022. Disponível em: < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/fluxo-de-caixa-o-que-e-e-como-implantar,b29e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD> > Acesso em: 07 mai. 2024.

SEBRAE. **O que são custos fixos e custos variáveis?** 2024. Disponível em: < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/saiba-o-que-sao-custos-fixos-e-custos-variaveis,7cf697daf5c55610VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Nos%20Custos%20Vari%C3%A1veis%20os%20valores,mais%20alto%20ser%C3%A1%20o%20custo.> > Acesso em: 15 out. 2024

SIMPLES VET. **Tendências do mercado pet em 2024**, 2024. Disponível em: < <https://simples.vet/blog/vendas/tendencias-do-mercado-pet-voz-do-especialista/> > Acesso em: 02 jul. 2024.

SIMPLES VET. **Quanto custa abrir pet shop**, 2024. Disponível em: < <https://simples.vet/blog/gestao/quanto-custa-abrir-pet-shop/> > Acesso em 02 set. 2024.

SOARES, Guilherme. **Tomada de decisão: O que é? Importância nas organizações**, 2022. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tomada-de-decisao/> > Acesso em 24 mar. 2024.

SYDLE. **Saúde financeira da empresa**, 2023. Disponível em: < <https://www.sydle.com/br/blog/saude-financieira-da-empresa-625efed361423f655c6ab6b9> > Acesso em: 10 abr. 2024.

TORRES, Vitor. **Investimento inicial de uma empresa**, 2022. Disponível em: < <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/investimento-inicial-de-uma-empresa/> > Acesso em: 02 abr. 2024.

TOTVS. **Tomada de decisão**, 2020. Disponível em: < <https://www.totvs.com/blog/negocios/tomada-de-decisao/> > Acesso em: 27 mar. 2024.

VERGARA, Sylvia. **Método de pesquisa em administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2005. Acesso em: 26 abr. 2024.

VIANA, Lislely. **Taxa mínima de atratividade: o que é, como funciona e como calcular**, 2021. Disponível em: < <https://blog.inco.vc/investimentos/taxa-minima-de-atratividade/> > Acesso em: 02 jul. 2024.

ZENDESK. **Análise de mercado**, 2023. Disponível em: <
<https://www.zendesk.com.br/blog/analise-de-mercado/> > Acesso em: 01 abr. 2024.

ZENDESK. **O que é público alvo**: significado e guia de como definir o seu, 2024.
Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/o-que-e-publico-alvo/> > Acesso em
12 set. 2024.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Caro(a) participante,

Sou estudante de Ciências Econômicas e estou conduzindo um trabalho de conclusão de curso sobre a viabilidade de um *pet shop* em Horizontina. Seu feedback é essencial para entender melhor as necessidades da comunidade em relação aos animais de estimação. Por favor, responda este questionário com sinceridade. Suas respostas serão tratadas com confidencialidade e ajudarão a orientar este estudo. Obrigada pela sua participação!

- 1) Qual é o seu sexo?
 - Masculino
 - Feminino
 - Outros: _____

- 2) Qual é o seu estado civil?
 - Solteiro
 - Casado
 - Divorciado
 - Outros: _____

- 3) Qual é o seu nível de escolaridade?
 - Ensino Fundamental incompleto
 - Ensino Fundamental completo
 - Ensino Médio incompleto
 - Ensino Médio completo
 - Ensino Superior incompleto
 - Ensino Superior completo
 - Pós-graduação incompleta
 - Pós-graduação completa
 - Outros: _____

- 4) Você reside em Horizontina?
- Sim
 - Não
- 5) Quantos integrantes a sua família possui? _____
- 6) Você possui animais de estimação?
- Sim
 - Não
- 7) Quais animais de estimação você possui? (opções para selecionar e um campo para "outro")
- Cachorro
 - Gato
 - Pássaro
 - Peixe
 - Réptil
 - Roedor
 - Não possuo animais
 - Outros: _____
- 8) Quantos animais de estimação você possui? (Por favor, especifique a quantidade de cada tipo, se aplicável)
- _____
- 9) Com que frequência você procura um médico veterinário para seus animais de estimação?
- Mais de uma vez por mês
 - Uma vez por mês
 - A cada dois meses
 - A cada seis meses
 - Apenas em caso de emergência
 - Nunca

10) Com que frequência você costuma levar seu(s) animal(is) de estimação ao *pet shop*?

- Frequentemente (uma vez por semana)
- Regularmente (uma vez por mês ou mais)
- Ocasionalmente (a cada poucos meses)
- Raramente (apenas em casos de necessidade específica)
- Nunca

11) Se você leva seu(s) animal(is) de estimação ao *pet shop*, quais serviços você costuma utilizar? (Pode escolher mais de uma opção)

- Banho e tosa
- Consultas veterinárias
- Compra de alimentos e acessórios
- Vacinas
- Outros...

12) Você costuma comprar produtos para animais de estimação em Horizontina?

- Sim
- Não

13) Se sim, com que frequência você compra produtos para animais de estimação em Horizontina?

- Mais de uma vez por mês
- Uma vez por mês
- A cada dois meses
- A cada seis meses
- Uma vez por ano
- Menos de uma vez por ano
- Não compro

- 14) Você consideraria frequentar um novo *pet shop* em Horizontina?
- Sim
 - Não
 - Talvez
- 15) O que você considera mais importante ao escolher um *pet shop*?
- Preço dos produtos
 - Variedade de produtos
 - Qualidade dos produtos
 - Atendimento ao cliente
 - Localização
 - Outro: _____
- 16) Você acredita que a presença de um novo *pet shop* em Horizontina traria benefícios para a comunidade local?
- Sim
 - Não
 - Talvez
- 17) Você tem conhecimento da existência de planos de saúde para animais de estimação?
- Sim
 - Não
- 18) Você teria interesse em contratar um plano de saúde para seu(s) animal(is) de estimação?
- Sim
 - Não
 - Talvez

19) Se sim, quais serviços você considera mais importantes em um plano de saúde para pets? (pode escolher mais de uma opção)

- Consultas de rotina
- Vacinas
- Exames laboratoriais
- Procedimentos cirúrgicos
- Internações hospitalares
- Medicamentos
- Tratamentos de emergência
- Serviços odontológicos
- Outro: _____

20) O que influenciaria sua decisão de contratar um plano de saúde para pets?

- Preço
- Cobertura oferecida
- Facilidade de uso
- Reputação da empresa
- Recomendações de amigos ou veterinários
- Outro: _____

APÊNDICE B – INVESTIMENTO NECESSÁRIO

CATEGORIA	ITEM	QTDE.	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	CUSTO TOTAL (R\$)
EQUIPAMENTOS E MAQUINÁRIOS	BANHEIRA PLÁSTICA COM SUPORTE G	1	R\$ 1.299,00	R\$ 1.299,00
	BANHEIRA PLÁSTICA COM SUPORTE M	1	R\$ 929,00	R\$ 929,00
	CANIL AÇO C/ MESA TOSA GROOMER PET	1	R\$ 1.499,00	R\$ 1.499,00
	CANIL AÇO MODULAR HORIZONTAL TRIPLO SUPERIOR	1	R\$ 1.099,00	R\$ 1.099,00
	DUCHA HIGIÊNICA	2	R\$ 142,78	R\$ 285,56
	ESTERILIZADOR (ESTUFA) PARA ACESSÓRIOS	1	R\$ 549,00	R\$ 549,00
	EXAUSTOR/VENTILADOR (40CM)	1	R\$ 273,59	R\$ 273,59
	IMPRESSORA	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
	MÁQUINA DE TOSA ALTA PRECISÃO (PELOS GROSSOS)	1	R\$ 1.124,25	R\$ 1.124,25
	MÁQUINA DE TOSA PARA ACABAMENTOS	1	R\$ 293,00	R\$ 293,00
	MÁQUINA DE TOSA UNIVERSAL	1	R\$ 442,95	R\$ 442,95
	MESA AÇO PARA TOSA (GROOMER)	1	R\$ 539,00	R\$ 539,00
	NOTEBOOK	1	R\$ 2.519,10	R\$ 2.519,10
	ROTEADOR WIFI	1	R\$ 88,99	R\$ 88,99
	SECADOR DE PELOS 220V	2	R\$ 798,00	R\$ 1.596,00
	SISTEMA DE PONTO DE VENDA (PDV)	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
	SOPRADOR DE PELOS 220V	1	R\$ 595,99	R\$ 595,99
	INFRAESTRUTURA	AR CONDICIONADO INVERTER	2	R\$ 1.949,67
BALCÃO DE ATENDIMENTO RECEPÇÃO		1	R\$ 804,54	R\$ 804,54
ESTANTE/PRATELEIRA FERRO PARA GUARDAR ITENS DE BANHO/TOSA		2	R\$ 276,45	R\$ 552,90
EXPOSITOR AÇO PARA ROUPAS		2	R\$ 99,00	R\$ 198,00
EXPOSITOR COM BIFINHO BARRA (150 UN.)		1	R\$ 359,99	R\$ 359,99
EXPOSITOR/PRATELEIRA PARA LOJA (KIT COM 2 UN.)		2	R\$ 149,59	R\$ 299,18

CATEGORIA	ITEM	QTDE.	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	CUSTO TOTAL (R\$)
INFRAESTRUTURA	GÔNDOLAS PARA PRODUTOS (10 BANDEJAS)	2	R\$ 1.149,00	R\$ 2.298,00
	GÔNDOLAS PARA PRODUTOS (8 BANDEJAS)	2	R\$ 949,00	R\$ 1.898,00
	INSTALAÇÃO AR CONDICIONADO	2	R\$ 380,00	R\$ 760,00
	KIT COLCHONETE TECIDO PARA OS PETS AGUARDAREM (3 UN.)	2	R\$ 149,90	R\$ 299,80
	KIT SOFÁ + 2 POLTRONAS	1	R\$ 699,00	R\$ 699,00
	PAINEL MADEIRA CANALETAS PAREDE C/70 GANCHOS	2	R\$ 387,98	R\$ 775,96
	PET BOX MADEIRA 10 LUGARES 10/25KG (ARMAZENAMENTO RAÇÃO)	1	R\$ 1.399,00	R\$ 1.399,00
	PISO ANTIDERRAPANTE/IMPERMEÁVEL P/ ÁREA DE BANHO (10m²)	1	R\$ 645,00	R\$ 645,00
SEGURANÇA	ALARME DE SEGURANÇA	1	R\$ 215,90	R\$ 215,90
	CERCADO/PORTÃO DE SEGURANÇA (1 METRO DE ALTURA)	1	R\$ 173,85	R\$ 173,85
	KIT CFTV 3 CÂMERAS SEGURANÇA	1	R\$ 720,35	R\$ 720,35
UTENSÍLIOS E ACESSÓRIOS	ALICATE UNHAS	1	R\$ 56,99	R\$ 56,99
	CONJUNTO HIGIÊNICO PARA COLETA DE FEZES (500 SACOS + LIXEIRA)	1	R\$ 182,19	R\$ 182,19
	DISPENSER DE PAREDE PARA SABONETE LÍQUIDO	1	R\$ 30,79	R\$ 30,79
	ESCOVA AÇO CABO MADEIRA DUPLA TAMANHO G	1	R\$ 13,16	R\$ 13,16
	ESCOVA AÇO CABO MADEIRA DUPLA TAMANHO M	1	R\$ 13,16	R\$ 13,16
	ESCOVA AÇO CABO MADEIRA DUPLA TAMANHO P	1	R\$ 10,82	R\$ 10,82
	ESCOVA RASQUEADEIRA	2	R\$ 8,25	R\$ 16,50
	GUIA CABO DE AÇO MESA G	2	R\$ 29,99	R\$ 59,98
	GUIA CABO DE AÇO MESA M	3	R\$ 25,99	R\$ 77,97
	GUIA CABO DE AÇO MESA P	3	R\$ 25,99	R\$ 77,97
	KIT BORRIFADORES/SPRAYS (10 UN.)	1	R\$ 35,01	R\$ 35,01
	KIT CAIXAS ORGANIZADORAS (5 UN.)	1	R\$ 74,95	R\$ 74,95
	KIT FOCINHEIRAS (Nº 1 AO 5)	1	R\$ 19,29	R\$ 19,29
	KIT TOALHAS 100% ALGODÃO (10 UN.)	2	R\$ 139,03	R\$ 278,06
	LIXAS DE UNHAS PARA CÃES E GATOS	2	R\$ 12,67	R\$ 25,34
LIXEIRA (60L)	2	R\$ 69,91	R\$ 139,82	

CATEGORIA	ITEM	QTDE.	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	CUSTO TOTAL (R\$)	
UTENSÍLIOS E ACESSÓRIOS	LIXEIRA COM PEDAL	2	R\$ 46,00	R\$ 92,00	
	LUVAS DE PROTEÇÃO ANTI MORDIDA	1	R\$ 32,64	R\$ 32,64	
	LUVAS PARA TIRAR PELOS	1	R\$ 31,11	R\$ 31,11	
	NICHO/PORTA TOALHAS E AVENTAIS (9 LUGARES)	1	R\$ 103,55	R\$ 103,55	
	ORGANIZADOR CAIXA PLÁSTICO (20L)	2	R\$ 36,82	R\$ 73,64	
	ORGANIZADOR PLÁSTICO COM DIVISÓRIAS (PARA ADESIVOS E LAÇOS)	3	R\$ 26,98	R\$ 80,94	
	PROTETORES DE OUVIDOS (ALGODÃO IMPERMEÁVEL - 1KG)	1	R\$ 70,90	R\$ 70,90	
	ROUPAS DE TRABALHO (AVENTAIS)	5	R\$ 36,00	R\$ 180,00	
	SUPORTE PARA PAPEL TOALHA	2	R\$ 28,71	R\$ 57,42	
	TESOURA CURVA	1	R\$ 100,18	R\$ 100,18	
	TESOURA DE DESBASTE/DESFIADORA	1	R\$ 86,70	R\$ 86,70	
	TESOURA RETA LONGA	2	R\$ 55,70	R\$ 111,40	
	DECORAÇÃO E IDENTIDADE VISUAL	ADESIVO PAREDE CACHORRO/GATO - BANHO/TOSA	1	R\$ 139,90	R\$ 139,90
		ESPELHO ACRÍLICO DECORAÇÃO	2	R\$ 74,90	R\$ 149,80
ILUMINAÇÃO: KIT SPOTS PARA TRILHO ELETRIFICADO 10W (6 UN.)		1	R\$ 99,90	R\$ 99,90	
ILUMINAÇÃO: LÂMPADAS DE LED BRANCAS 12W		4	R\$ 34,83	R\$ 139,32	
ILUMINAÇÃO: LÂMPADAS DE LED BRANCAS 9W		5	R\$ 25,15	R\$ 125,75	
LETREIRO DE LED "BANHO E TOSA"		1	R\$ 100,00	R\$ 100,00	
PAPEL DE PAREDE 3D ANIMAIS PET SHOP		1	R\$ 70,00	R\$ 70,00	
PLACA DE ABERTO/FECHADO		1	R\$ 49,02	R\$ 49,02	
PLANTAS DECORATIVAS (2 UN.)		6	R\$ 29,66	R\$ 177,96	
QUADRO DECORATIVO CACHORRO/GATO		1	R\$ 55,30	R\$ 55,30	
QUADROS DECORATIVOS CACHORROS (3 UN.)		1	R\$ 98,80	R\$ 98,80	
TAPETE EMBORRACHADO ANTIDERRAPANTE		2	R\$ 55,00	R\$ 110,00	
WIND BANNER PET SHOP		1	R\$ 74,90	R\$ 74,90	

CATEGORIA	ITEM	QTDE.	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	CUSTO TOTAL (R\$)
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: ALIMENTOS PARA ANIMAIS	GRAMINHA CÃES 60G	2	R\$ 12,37	R\$ 24,74
	PATE ADULTOS CARNE	12	R\$ 5,33	R\$ 63,99
	PATE ADULTOS FRANGO	12	R\$ 5,33	R\$ 63,99
	PATE FILHOTES CARNE	12	R\$ 5,33	R\$ 63,99
	PATE FILHOTES CORDEIRO	12	R\$ 3,33	R\$ 39,99
	PETISCOS: BIFINHO BARRA CARNE	50	R\$ 0,54	R\$ 26,99
	PETISCOS: BIFINHO PALITO CARNE	50	R\$ 0,56	R\$ 27,93
	PETISCOS: OSSO FEMUR SUINO DEFUMADO	10	R\$ 7,99	R\$ 79,90
	PETISCOS: OSSO MINI TUBETE DEFUMADO	10	R\$ 6,07	R\$ 60,70
	PETISCOS: OSSO NÓ VEGETAL 7/8	10	R\$ 4,32	R\$ 43,19
	PETISCOS: OSSOS DE COURO GRANDE	5	R\$ 13,40	R\$ 66,99
	PETISCOS: OSSOS DE COURO MÉDIO	10	R\$ 6,70	R\$ 66,99
	PETISCOS: OSSOS DE COURO PEQUENO	15	R\$ 5,73	R\$ 85,99
	RAÇÃO SECA CÃES ADULTOS KG	30	R\$ 5,00	R\$ 149,98
	RAÇÃO SECA CÃES FILHOTES KG	20	R\$ 16,00	R\$ 319,96
	RAÇÃO SECA GATOS ADULTOS KG	10	R\$ 8,00	R\$ 79,99
	RAÇÃO SECA GATOS FILHOTES KG	10	R\$ 16,00	R\$ 159,99
	RAÇÃO SECA PREMIUM CÃES ADULTOS KG	80	R\$ 3,75	R\$ 299,98
	RAÇÃO SECA PREMIUM CÃES FILHOTES KG	30	R\$ 7,33	R\$ 219,98
	RAÇÃO SECA PREMIUM FILHOTES KG	20	R\$ 12,00	R\$ 239,98
RAÇÃO SECA PREMIUM GATOS ADULTOS KG	20	R\$ 12,00	R\$ 239,98	
RAÇÃO ÚMIDA LATAS/SACHÊS	80	R\$ 1,17	R\$ 93,58	
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: ACESSÓRIOS	BANDANAS PET TAMANHO G (67 CM)	30	R\$ 1,51	R\$ 45,30
	BANDANAS PET TAMANHO M (58 CM)	30	R\$ 1,51	R\$ 45,30
	BANDANAS PET TAMANHO P (47 CM)	40	R\$ 1,51	R\$ 60,40
	BEBEDOURO PLÁSTICO PORTÁTIL	4	R\$ 11,90	R\$ 47,60
	BEBEDOURO GRANDE PORTE	10	R\$ 12,43	R\$ 124,30

CATEGORIA	ITEM	QTDE.	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	CUSTO TOTAL (R\$)
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: ACESSÓRIOS	BEBEDOURO MÉDIO PORTE	15	R\$ 10,57	R\$ 158,55
	BEBEDOURO PEQUENO PORTE	20	R\$ 7,46	R\$ 149,20
	CAIXA DE TRANSPORTE GRANDE PORTE	2	R\$ 44,99	R\$ 89,98
	CAIXA DE TRANSPORTE MÉDIO PORTE	2	R\$ 31,99	R\$ 63,98
	CAIXA DE TRANSPORTE PEQUENO PORTE	2	R\$ 21,99	R\$ 43,98
	CAMA GRANDE	2	R\$ 54,51	R\$ 109,02
	CAMA MÉDIA	2	R\$ 36,10	R\$ 72,20
	CAMA PEQUENA	3	R\$ 19,89	R\$ 59,67
	COLEIRA GRANDE COM PLACA	10	R\$ 5,81	R\$ 58,14
	COLEIRA MÉDIA COM PLACA	20	R\$ 5,81	R\$ 116,28
	COLEIRA PEQUENA COM PLACA	10	R\$ 5,81	R\$ 58,14
	COMEDOURO E BEBEDOURO DUPLO	5	R\$ 8,93	R\$ 44,65
	COMEDOURO GRANDE PORTE	10	R\$ 10,37	R\$ 103,70
	COMEDOURO MÉDIO PORTE	15	R\$ 7,37	R\$ 110,55
	COMEDOURO PEQUENO PORTE	20	R\$ 6,22	R\$ 124,40
	CORRENTES DE AÇO	12	R\$ 7,20	R\$ 86,37
	ESCOVA DENTAL DUPLA POTE	50	R\$ 1,40	R\$ 69,99
	KIT BANDEJA HIGIÊNICA/PÁ/COMEDOURO GATO	5	R\$ 14,99	R\$ 74,95
	KIT PEITORAL (COLEIRA + PEITORAL) N.0	2	R\$ 8,54	R\$ 17,08
	KIT PEITORAL (COLEIRA + PEITORAL) N.1	2	R\$ 8,54	R\$ 17,08
	KIT PEITORAL (COLEIRA + PEITORAL) N.2	2	R\$ 8,54	R\$ 17,08
	KIT PEITORAL (COLEIRA + PEITORAL) N.3	2	R\$ 8,54	R\$ 17,08
	KIT PEITORAL (COLEIRA + PEITORAL) N.4	2	R\$ 8,54	R\$ 17,08
	LENÇO UMEDECIDO GATOS (75 UN.)	5	R\$ 8,99	R\$ 44,95
	MANTA SOFT P/ PETS TAMANHO G	10	R\$ 13,55	R\$ 135,50
	MANTA SOFT P/ PETS TAMANHO M	10	R\$ 13,55	R\$ 135,50
	MANTA SOFT P/ PETS TAMANHO P	10	R\$ 13,55	R\$ 135,50
	PÁ HIGIÊNICA	12	R\$ 1,83	R\$ 21,99
	PORTA RAÇÃO PLÁSTICO	9	R\$ 0,95	R\$ 8,57

CATEGORIA	ITEM	QTDE.	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	CUSTO TOTAL (R\$)
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: ACESSÓRIOS	TAPETES HIGIÊNICOS DESCARTÁVEIS	150	R\$ 1,23	R\$ 184,95
	TAPETES HIGIÊNICOS DESCARTÁVEIS	70	R\$ 1,40	R\$ 97,90
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: BRINQUEDOS	BRINQUEDO VINIL RATO PARA GATOS	24	R\$ 2,44	R\$ 58,54
	KIT BRINQUEDOS DIVERSOS MODELOS	100	R\$ 7,00	R\$ 699,99
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: PRODUTOS DE SAÚDE ANIMAL	ANTIPARASITARIO (CARRAPATICIDA E SARNICIDA)	5	R\$ 27,90	R\$ 139,50
	ANTIPULGAS CÃES DE 1 A 4KG	5	R\$ 27,90	R\$ 139,50
	ANTIPULGAS CÃES DE 10 A 25KG	5	R\$ 27,90	R\$ 139,50
	ANTIPULGAS CÃES DE 4 A 10KG	5	R\$ 27,90	R\$ 139,50
	ANTIPULGAS GATOS DE 1 A 4KG	5	R\$ 27,90	R\$ 139,50
	ANTIPULGAS GATOS DE 4 A 10KG	10	R\$ 8,99	R\$ 89,90
	ANTISSÉPTICO	10	R\$ 2,99	R\$ 29,90
	COLEIRA ANTICARRAPATOS	10	R\$ 7,99	R\$ 79,90
	VERMÍFUGO CÃES E GATOS	5	R\$ 17,99	R\$ 89,95
ESTOQUE/ITENS PARA VENDA: ROUPAS	ROUPA TAMANHO G	3	R\$ 21,00	R\$ 63,00
	ROUPA TAMANHO GG	3	R\$ 19,86	R\$ 59,58
	ROUPA TAMANHO M	4	R\$ 19,57	R\$ 78,28
	ROUPA TAMANHO P	4	R\$ 18,43	R\$ 73,72
	ROUPA TAMANHO PP	3	R\$ 18,14	R\$ 54,42
MATERIAIS DE LIMPEZA	ASPIRADOR DE PÓ VERTICAL	1	R\$ 174,00	R\$ 174,00
	KIT BALDES DE PLÁSTICO (2 UN.)	1	R\$ 27,15	R\$ 27,15
	KIT PANOS DE CHÃO (10 UN.)	1	R\$ 25,80	R\$ 25,80
	KIT VASSOURA, RODO, PÁ E LAVA AZULEJO	1	R\$ 37,52	R\$ 37,52
	DESINFETANTE (5L)	2	R\$ 16,45	R\$ 32,90
	DETERGENTE NEUTRO (5L)	1	R\$ 26,75	R\$ 26,75
	ÁLCOOL 70% (6L)	1	R\$ 78,96	R\$ 78,96
	ESPONJAS DE LIMPEZA (4 UN.)	2	R\$ 6,69	R\$ 13,38
	LUVAS DE LIMPEZA (PARES)	3	R\$ 13,65	R\$ 40,95
	SACOS DE LIXO (50L - 30 UN.)	5	R\$ 18,95	R\$ 94,75
SUBTOTAL				R\$ 42.967,92

CATEGORIA	ITEM	QTDE.	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	CUSTO TOTAL (R\$)
TAXAS E LICENÇAS	REGISTRO DE CNPJ	1	<i>em média</i>	R\$ 350,00
	INSTRUIÇÃO ESTADUAL	1	<i>em média</i>	R\$ 150,00
	ALVARÁ DE FUNCIONAMENTO	1	<i>em média</i>	R\$ 500,00
	LICENÇA SANITÁRIA	1	<i>em média</i>	R\$ 550,00
	LICENCIAMENTO ANUAL	1	<i>em média</i>	R\$ 450,00
SUBTOTAL				R\$ 2.000,00
TOTAL				R\$ 44.967,92

Fonte: A autora (2024).

APÊNDICE C – CUSTO E PREÇO DE VENDA DE PRODUTOS

ITEM	CUSTO UN. INICIAL (R\$)	IMPOSTO 7,3% (R\$)	CUSTO FIXO UN. 37,12% (R\$)	CUSTO UN. FINAL (R\$)	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO 70% (R\$)	PREÇO DE VENDA (R\$)
ALIMENTOS PARA ANIMAIS						
GRAMINHA CÃES 60G	R\$ 12,37	R\$ 0,90	R\$ 4,59	R\$ 17,86	R\$ 12,51	R\$ 30,37
PATE ADULTOS CARNE	R\$ 5,33	R\$ 0,39	R\$ 1,98	R\$ 7,70	R\$ 5,39	R\$ 13,09
PATE ADULTOS FRANGO	R\$ 5,33	R\$ 0,39	R\$ 1,98	R\$ 7,70	R\$ 5,39	R\$ 13,09
PATE FILHOTES CARNE	R\$ 5,33	R\$ 0,39	R\$ 1,98	R\$ 7,70	R\$ 5,39	R\$ 13,09
PATE FILHOTES CORDEIRO	R\$ 3,33	R\$ 0,24	R\$ 1,24	R\$ 4,81	R\$ 3,37	R\$ 8,18
PETISCOS: BIFINHO BARRA CARNE	R\$ 0,54	R\$ 0,04	R\$ 0,20	R\$ 0,78	R\$ 0,55	R\$ 1,33
PETISCOS: BIFINHO PALITO CARNE	R\$ 0,56	R\$ 0,04	R\$ 0,21	R\$ 0,81	R\$ 0,56	R\$ 1,37
PETISCOS: OSSO FEMUR SUINO DEFUMADO	R\$ 7,99	R\$ 0,58	R\$ 2,97	R\$ 11,54	R\$ 8,08	R\$ 19,62
PETISCOS: OSSO MINI TUBETE DEFUMADO	R\$ 6,07	R\$ 0,44	R\$ 2,25	R\$ 8,77	R\$ 6,14	R\$ 14,90
PETISCOS: OSSO NÓ VEGETAL 7/8	R\$ 4,32	R\$ 0,32	R\$ 1,60	R\$ 6,24	R\$ 4,37	R\$ 10,60
PETISCOS: OSSOS DE COURO GRANDE	R\$ 13,40	R\$ 0,98	R\$ 4,97	R\$ 19,35	R\$ 13,54	R\$ 32,89
PETISCOS: OSSOS DE COURO MÉDIO	R\$ 6,70	R\$ 0,49	R\$ 2,49	R\$ 9,67	R\$ 6,77	R\$ 16,45
PETISCOS: OSSOS DE COURO PEQUENO	R\$ 5,73	R\$ 0,42	R\$ 2,13	R\$ 8,28	R\$ 5,80	R\$ 14,07
RAÇÃO SECA CÃES ADULTOS KG	R\$ 5,00	R\$ 0,36	R\$ 1,86	R\$ 7,22	R\$ 5,05	R\$ 12,27
RAÇÃO SECA CÃES FILHOTES KG	R\$ 16,00	R\$ 1,17	R\$ 5,94	R\$ 23,10	R\$ 16,17	R\$ 39,28
RAÇÃO SECA GATOS ADULTOS KG	R\$ 8,00	R\$ 0,58	R\$ 2,97	R\$ 11,55	R\$ 8,09	R\$ 19,64
RAÇÃO SECA GATOS FILHOTES KG	R\$ 16,00	R\$ 1,17	R\$ 5,94	R\$ 23,11	R\$ 16,17	R\$ 39,28
RAÇÃO SECA PREMIUM CÃES ADULTOS KG	R\$ 3,75	R\$ 0,27	R\$ 1,39	R\$ 5,42	R\$ 3,79	R\$ 9,21
RAÇÃO SECA PREMIUM CÃES FILHOTES KG	R\$ 7,33	R\$ 0,54	R\$ 2,72	R\$ 10,59	R\$ 7,41	R\$ 18,00
RAÇÃO SECA PREMIUM FILHOTES KG	R\$ 12,00	R\$ 0,88	R\$ 4,45	R\$ 17,33	R\$ 12,13	R\$ 29,46
RAÇÃO SECA PREMIUM GATOS ADULTOS KG	R\$ 12,00	R\$ 0,88	R\$ 4,45	R\$ 17,33	R\$ 12,13	R\$ 29,46
RAÇÃO ÚMIDA LATAS/SACHÊS	R\$ 1,17	R\$ 0,09	R\$ 0,43	R\$ 1,69	R\$ 1,18	R\$ 2,87
ACESSÓRIOS						
BANDANAS PET TAMANHO G (67 CM)	R\$ 1,51	R\$ 0,11	R\$ 0,56	R\$ 2,18	R\$ 1,53	R\$ 3,71
BANDANAS PET TAMANHO M (58 CM)	R\$ 1,51	R\$ 0,11	R\$ 0,56	R\$ 2,18	R\$ 1,53	R\$ 3,71
BANDANAS PET TAMANHO P (47 CM)	R\$ 1,51	R\$ 0,11	R\$ 0,56	R\$ 2,18	R\$ 1,53	R\$ 3,71
BEBEDOURO PLÁSTICO PORTÁTIL	R\$ 11,90	R\$ 0,87	R\$ 4,42	R\$ 17,19	R\$ 12,03	R\$ 29,22
BEBEDOURO GRANDE PORTE	R\$ 12,43	R\$ 0,91	R\$ 4,61	R\$ 17,95	R\$ 12,57	R\$ 30,52
BEBEDOURO MÉDIO PORTE	R\$ 10,57	R\$ 0,77	R\$ 3,92	R\$ 15,27	R\$ 10,69	R\$ 25,95
BEBEDOURO PEQUENO PORTE	R\$ 7,46	R\$ 0,54	R\$ 2,77	R\$ 10,77	R\$ 7,54	R\$ 18,32
CAIXA DE TRANSPORTE GRANDE PORTE	R\$ 44,99	R\$ 3,28	R\$ 16,70	R\$ 64,97	R\$ 45,48	R\$ 110,46

ITEM	CUSTO UN. INICIAL (R\$)	IMPOSTO 7,3% (R\$)	CUSTO FIXO UN. 37,12% (R\$)	CUSTO UN. FINAL (R\$)	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO 70% (R\$)	PREÇO DE VENDA (R\$)
CAIXA DE TRANSPORTE MÉDIO PORTE	R\$ 31,99	R\$ 2,34	R\$ 11,87	R\$ 46,20	R\$ 32,34	R\$ 78,54
CAIXA DE TRANSPORTE PEQUENO PORTE	R\$ 21,99	R\$ 1,61	R\$ 8,16	R\$ 31,76	R\$ 22,23	R\$ 53,99
CAMA GRANDE	R\$ 54,51	R\$ 3,98	R\$ 20,23	R\$ 78,72	R\$ 55,11	R\$ 133,83
CAMA MÉDIA	R\$ 36,10	R\$ 2,64	R\$ 13,40	R\$ 52,14	R\$ 36,49	R\$ 88,63
CAMA PEQUENA	R\$ 19,89	R\$ 1,45	R\$ 7,38	R\$ 28,73	R\$ 20,11	R\$ 48,83
COLEIRA GRANDE COM PLACA	R\$ 5,81	R\$ 0,42	R\$ 2,16	R\$ 8,40	R\$ 5,88	R\$ 14,27
COLEIRA MÉDIA COM PLACA	R\$ 5,81	R\$ 0,42	R\$ 2,16	R\$ 8,40	R\$ 5,88	R\$ 14,27
COLEIRA PEQUENA COM PLACA	R\$ 5,81	R\$ 0,42	R\$ 2,16	R\$ 8,40	R\$ 5,88	R\$ 14,27
COMEDOURO E BEBEDOURO DUPLO	R\$ 8,93	R\$ 0,65	R\$ 3,31	R\$ 12,90	R\$ 9,03	R\$ 21,92
COMEDOURO GRANDE PORTE	R\$ 10,37	R\$ 0,76	R\$ 3,85	R\$ 14,98	R\$ 10,48	R\$ 25,46
COMEDOURO MÉDIO PORTE	R\$ 7,37	R\$ 0,54	R\$ 2,74	R\$ 10,64	R\$ 7,45	R\$ 18,09
COMEDOURO PEQUENO PORTE	R\$ 6,22	R\$ 0,45	R\$ 2,31	R\$ 8,98	R\$ 6,29	R\$ 15,27
CORRENTES DE AÇO	R\$ 7,20	R\$ 0,53	R\$ 2,67	R\$ 10,39	R\$ 7,28	R\$ 17,67
ESCOVA DENTAL DUPLA POTE	R\$ 1,40	R\$ 0,10	R\$ 0,52	R\$ 2,02	R\$ 1,42	R\$ 3,44
KIT BANDEJA HIGIÊNICA/PÁ GATO	R\$ 14,99	R\$ 1,09	R\$ 5,56	R\$ 21,65	R\$ 15,15	R\$ 36,80
KIT PEITORAL (COLEIRA + PEITORAL) N.0	R\$ 8,54	R\$ 0,62	R\$ 3,17	R\$ 12,33	R\$ 8,63	R\$ 20,97
KIT PEITORAL (COLEIRA + PEITORAL) N.1	R\$ 8,54	R\$ 0,62	R\$ 3,17	R\$ 12,33	R\$ 8,63	R\$ 20,97
KIT PEITORAL (COLEIRA + PEITORAL) N.2	R\$ 8,54	R\$ 0,62	R\$ 3,17	R\$ 12,33	R\$ 8,63	R\$ 20,97
KIT PEITORAL (COLEIRA + PEITORAL) N.3	R\$ 8,54	R\$ 0,62	R\$ 3,17	R\$ 12,33	R\$ 8,63	R\$ 20,97
KIT PEITORAL (COLEIRA + PEITORAL) N.4	R\$ 8,54	R\$ 0,62	R\$ 3,17	R\$ 12,33	R\$ 8,63	R\$ 20,97
LENÇO UMEDECIDO GATOS (75 UN.)	R\$ 8,99	R\$ 0,66	R\$ 3,34	R\$ 12,98	R\$ 9,09	R\$ 22,07
MANTA SOFT P/ PETS TAMANHO G	R\$ 13,55	R\$ 0,99	R\$ 5,03	R\$ 19,57	R\$ 13,70	R\$ 33,27
MANTA SOFT P/ PETS TAMANHO M	R\$ 13,55	R\$ 0,99	R\$ 5,03	R\$ 19,57	R\$ 13,70	R\$ 33,27
MANTA SOFT P/ PETS TAMANHO P	R\$ 13,55	R\$ 0,99	R\$ 5,03	R\$ 19,57	R\$ 13,70	R\$ 33,27
PÁ HIGIÊNICA	R\$ 1,83	R\$ 0,13	R\$ 0,68	R\$ 2,65	R\$ 1,85	R\$ 4,50
PORTA RAÇÃO PLÁSTICO	R\$ 0,95	R\$ 0,07	R\$ 0,35	R\$ 1,38	R\$ 0,96	R\$ 2,34
TAPETES HIGIÊNICOS DESCARTÁVEIS	R\$ 1,23	R\$ 0,09	R\$ 0,46	R\$ 1,78	R\$ 1,25	R\$ 3,03
TAPETES HIGIÊNICOS DESCARTÁVEIS	R\$ 1,40	R\$ 0,10	R\$ 0,52	R\$ 2,02	R\$ 1,41	R\$ 3,43
BRINQUEDOS						
BRINQUEDO VINIL RATO PARA GATOS	R\$ 2,44	R\$ 0,18	R\$ 0,91	R\$ 3,52	R\$ 2,47	R\$ 5,99
KIT BRINQUEDOS DIVERSOS MODELOS	R\$ 7,00	R\$ 0,51	R\$ 2,60	R\$ 10,11	R\$ 7,08	R\$ 17,19
PRODUTOS DE SAÚDE ANIMAL						
ANTIPARASITARIO	R\$ 27,90	R\$ 2,04	R\$ 10,36	R\$ 40,29	R\$ 28,21	R\$ 68,50
ANTIPULGAS CÃES DE 1 A 4KG	R\$ 27,90	R\$ 2,04	R\$ 10,36	R\$ 40,29	R\$ 28,21	R\$ 68,50
ANTIPULGAS CÃES DE 10 A 25KG	R\$ 27,90	R\$ 2,04	R\$ 10,36	R\$ 40,29	R\$ 28,21	R\$ 68,50
ANTIPULGAS CÃES DE 4 A 10KG	R\$ 27,90	R\$ 2,04	R\$ 10,36	R\$ 40,29	R\$ 28,21	R\$ 68,50

ITEM	CUSTO UN. INICIAL (R\$)	IMPOSTO 7,3% (R\$)	CUSTO FIXO UN. 37,12% (R\$)	CUSTO UN. FINAL (R\$)	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO 70% (R\$)	PREÇO DE VENDA (R\$)
ANTIPULGAS GATOS DE 1 A 4KG	R\$ 27,90	R\$ 2,04	R\$ 10,36	R\$ 40,29	R\$ 28,21	R\$ 68,50
ANTIPULGAS GATOS DE 4 A 10KG	R\$ 8,99	R\$ 0,66	R\$ 3,34	R\$ 12,98	R\$ 9,09	R\$ 22,07
ANTISSÉPTICO	R\$ 2,99	R\$ 0,22	R\$ 1,11	R\$ 4,32	R\$ 3,02	R\$ 7,34
COLEIRA ANTICARRAPATOS	R\$ 7,99	R\$ 0,58	R\$ 2,97	R\$ 11,54	R\$ 8,08	R\$ 19,62
VERMÍFUGO CÃES E GATOS	R\$ 17,99	R\$ 1,31	R\$ 6,68	R\$ 25,98	R\$ 18,19	R\$ 44,17
ROUPAS						
ROUPA TAMANHO G	R\$ 21,00	R\$ 1,53	R\$ 7,80	R\$ 30,33	R\$ 21,23	R\$ 51,56
ROUPA TAMANHO GG	R\$ 19,86	R\$ 1,45	R\$ 7,37	R\$ 28,68	R\$ 20,08	R\$ 48,76
ROUPA TAMANHO M	R\$ 19,57	R\$ 1,43	R\$ 7,26	R\$ 28,26	R\$ 19,78	R\$ 48,05
ROUPA TAMANHO P	R\$ 18,43	R\$ 1,35	R\$ 6,84	R\$ 26,62	R\$ 18,63	R\$ 45,25
ROUPA TAMANHO PP	R\$ 18,14	R\$ 1,32	R\$ 6,73	R\$ 26,20	R\$ 18,34	R\$ 44,54

Fonte: A autora (2024).

APÊNDICE D – CUSTO TOTAL DE INSUMOS (VARIÁVEIS) POR SERVIÇO

SERVIÇO	PRODUTO/INSUMO UTILIZADO	CUSTO TOTAL (R\$)	QTDE. TOTAL	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	QTDE. UTILIZADA	CUSTO P/ SERVIÇO (R\$)
BANHO PET PEQUENO	SHAMPOO NEUTRO (LITRO)	R\$ 139,98	20L	R\$ 7,00	0,1	R\$ 0,70
	CONDICIONADOR (LITRO)	R\$ 69,99	10L	R\$ 7,00	0,1	R\$ 0,70
	ADESIVOS (UN.)	R\$ 27,98	100	R\$ 0,28	1	R\$ 0,28
TOTAL DE INSUMOS						R\$ 1,68
BANHO PET MÉDIO	SHAMPOO NEUTRO (LITRO)	R\$ 139,98	20L	R\$ 7,00	0,3	R\$ 2,10
	CONDICIONADOR (LITRO)	R\$ 69,99	10L	R\$ 7,00	0,3	R\$ 2,10
	ADESIVOS (UN.)	R\$ 27,98	100	R\$ 0,28	1	R\$ 0,28
TOTAL DE INSUMOS						R\$ 4,48
BANHO PET GRANDE	SHAMPOO NEUTRO (LITRO)	R\$ 139,98	20L	R\$ 7,00	0,8	R\$ 5,60
	CONDICIONADOR (LITRO)	R\$ 69,99	10L	R\$ 7,00	0,8	R\$ 5,60
	ADESIVOS (UN.)	R\$ 27,98	100	R\$ 0,28	1	R\$ 0,28
TOTAL DE INSUMOS						R\$ 11,48
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET PEQUENO	SHAMPOO NEUTRO (LITRO)	R\$ 139,98	20L	R\$ 7,00	0,1	R\$ 0,70
	CONDICIONADOR (LITRO)	R\$ 69,99	10L	R\$ 7,00	0,1	R\$ 0,70
	ADESIVOS (UN.)	R\$ 27,98	100	R\$ 0,28	1	R\$ 0,28
	LÂMINA PARA TOSA (1UN. P/ 7 TOSAS)	R\$ 132,60	7	R\$ 18,94	0,5	R\$ 9,47
	SPRAY HIDRATAÇÃO (ML)	R\$ 9,67	1000	R\$ 0,01	2	R\$ 0,0193
TOTAL DE INSUMOS						R\$ 11,17
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET MÉDIO	SHAMPOO NEUTRO (LITRO)	R\$ 139,98	20L	R\$ 7,00	0,3	R\$ 2,10
	CONDICIONADOR (LITRO)	R\$ 69,99	10L	R\$ 7,00	0,3	R\$ 2,10
	ADESIVOS (UN.)	R\$ 27,98	100	R\$ 0,28	1	R\$ 0,28
	LÂMINA PARA TOSA (1UN. P/ 6 TOSAS)	R\$ 132,60	6	R\$ 22,10	1	R\$ 22,10
	SPRAY HIDRATAÇÃO (ML)	R\$ 9,67	1000	R\$ 0,01	10	R\$ 0,10
TOTAL DE INSUMOS						R\$ 26,68
BANHO + TOSA HIGIÊNICA PET GRANDE	SHAMPOO NEUTRO (LITRO)	R\$ 139,98	20L	R\$ 7,00	0,8	R\$ 5,60
	CONDICIONADOR (LITRO)	R\$ 69,99	10L	R\$ 7,00	0,8	R\$ 5,60
	ADESIVOS (UN.)	R\$ 27,98	100	R\$ 0,28	1	R\$ 0,28
	LÂMINA PARA TOSA (1UN. P/ 5 TOSAS)	R\$ 132,60	5	R\$ 26,52	1	R\$ 26,52
	SPRAY HIDRATAÇÃO (ML)	R\$ 9,67	1000	R\$ 0,01	15	R\$ 0,15
TOTAL DE INSUMOS						R\$ 38,14
BANHO + TOSA COMPLETA PET PEQUENO	SHAMPOO NEUTRO (LITRO)	R\$ 139,98	20L	R\$ 7,00	0,1	R\$ 0,70
	CONDICIONADOR (LITRO)	R\$ 69,99	10L	R\$ 7,00	0,1	R\$ 0,70
	ADESIVOS (UN.)	R\$ 27,98	100	R\$ 0,28	1	R\$ 0,28

	PRODUTO/INSUMO UTILIZADO	CUSTO TOTAL (R\$)	QTDE. TOTAL	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	QTDE. UTILIZADA	CUSTO P/ SERVIÇO (R\$)
	LÂMINA PARA TOSA (1UN. P/ 7 TOSAS)	R\$ 132,60	7	R\$ 18,94	1	R\$ 18,94
	SPRAY HIDRATAÇÃO (ML)	R\$ 9,67	1000	R\$ 0,01	5	R\$ 0,05
TOTAL DE INSUMOS						R\$ 20,67
BANHO + TOSA COMPLETA PET MÉDIO	SHAMPOO NEUTRO (LITRO)	R\$ 139,98	20L	R\$ 7,00	0,3	R\$ 2,10
	CONDICIONADOR (LITRO)	R\$ 69,99	10L	R\$ 7,00	0,3	R\$ 2,10
	ADESIVOS (UN.)	R\$ 27,98	100	R\$ 0,28	1	R\$ 0,28
	LÂMINA PARA TOSA (1UN. P/ 6 TOSAS)	R\$ 132,60	6	R\$ 22,10	1	R\$ 22,10
	SPRAY HIDRATAÇÃO (ML)	R\$ 9,67	1000	R\$ 0,01	10	R\$ 0,10
TOTAL DE INSUMOS						R\$ 26,68
BANHO + TOSA COMPLETA PET GRANDE	SHAMPOO NEUTRO (LITRO)	R\$ 139,98	20L	R\$ 7,00	0,8	R\$ 5,60
	CONDICIONADOR (LITRO)	R\$ 69,99	10L	R\$ 7,00	0,8	R\$ 5,60
	ADESIVOS (UN.)	R\$ 27,98	100	R\$ 0,28	1	R\$ 0,28
	LÂMINA PARA TOSA (1UN. P/ 5 TOSAS)	R\$ 132,60	5	R\$ 26,52	1	R\$ 26,52
	SPRAY HIDRATAÇÃO (ML)	R\$ 9,67	1000	R\$ 0,01	15	R\$ 0,15
TOTAL DE INSUMOS						R\$ 38,14

Fonte: A autora (2024).

APÊNDICE E - PROJEÇÃO DE RECEITAS DE PRODUTOS

PRODUTO	PREÇO DE VENDA (R\$)	ANO 0-1		ANO 1-2 (5%)		ANO 2-3 (2%)		ANO 3-4 (2%)		ANO 4-5 (2%)	
		QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)
ALIMENTOS PARA ANIMAIS											
GRAMINHA CÃES 60G	R\$ 30,37	36	R\$ 1.093,32	38	R\$ 1.147,99	39	R\$ 1.170,95	39	R\$ 1.194,37	40	R\$ 1.218,26
PATE ADULTOS CARNE	R\$ 13,09	240	R\$ 3.142,09	252	R\$ 3.299,19	257	R\$ 3.365,18	262	R\$ 3.432,48	267	R\$ 3.501,13
PATE ADULTOS FRANGO	R\$ 13,09	240	R\$ 3.142,09	252	R\$ 3.299,19	257	R\$ 3.365,18	262	R\$ 3.432,48	267	R\$ 3.501,13
PATE FILHOTES CARNE	R\$ 13,09	300	R\$ 3.927,61	315	R\$ 4.123,99	321	R\$ 4.206,47	328	R\$ 4.290,60	334	R\$ 4.376,41
PATE FILHOTES CORDEIRO	R\$ 8,18	180	R\$ 1.472,72	189	R\$ 1.546,35	193	R\$ 1.577,28	197	R\$ 1.608,82	201	R\$ 1.641,00
BIFINHO BARRA CARNE	R\$ 1,33	1200	R\$ 1.590,34	1260	R\$ 1.669,86	1285	R\$ 1.703,26	1311	R\$ 1.737,32	1337	R\$ 1.772,07
BIFINHO PALITO CARNE	R\$ 1,37	1320	R\$ 1.810,30	1386	R\$ 1.900,82	1414	R\$ 1.938,83	1442	R\$ 1.977,61	1471	R\$ 2.017,16
OSSO FEMUR SUINO DEFUMADO	R\$ 19,62	180	R\$ 3.530,98	189	R\$ 3.707,53	193	R\$ 3.781,68	197	R\$ 3.857,32	201	R\$ 3.934,46
OSSO MINI TUBETE DEFUMADO	R\$ 14,90	240	R\$ 3.576,65	252	R\$ 3.755,48	257	R\$ 3.830,59	262	R\$ 3.907,20	267	R\$ 3.985,35
OSSO NÓ VEGETAL 7/8	R\$ 10,60	240	R\$ 2.544,90	252	R\$ 2.672,14	257	R\$ 2.725,59	262	R\$ 2.780,10	267	R\$ 2.835,70
OSSO DE COURO GRANDE	R\$ 32,89	144	R\$ 4.736,73	151	R\$ 4.973,57	154	R\$ 5.073,04	157	R\$ 5.174,50	160	R\$ 5.277,99
OSSO DE COURO MÉDIO	R\$ 16,45	240	R\$ 3.947,28	252	R\$ 4.144,64	257	R\$ 4.227,53	262	R\$ 4.312,08	267	R\$ 4.398,32
OSSO DE COURO PEQUENO	R\$ 14,07	360	R\$ 5.066,82	378	R\$ 5.320,16	386	R\$ 5.426,56	393	R\$ 5.535,10	401	R\$ 5.645,80
RAÇÃO CÃES ADULTOS KG	R\$ 12,27	360	R\$ 4.418,66	378	R\$ 4.639,60	386	R\$ 4.732,39	393	R\$ 4.827,04	401	R\$ 4.923,58
RAÇÃO CÃES FILHOTES KG	R\$ 39,28	240	R\$ 9.426,56	252	R\$ 9.897,89	257	R\$ 10.095,84	262	R\$ 10.297,76	267	R\$ 10.503,72
RAÇÃO GATOS ADULTOS KG	R\$ 19,64	120	R\$ 2.356,64	126	R\$ 2.474,47	129	R\$ 2.523,96	131	R\$ 2.574,44	134	R\$ 2.625,93
RAÇÃO GATOS FILHOTES KG	R\$ 39,28	240	R\$ 9.427,15	252	R\$ 9.898,51	257	R\$ 10.096,48	262	R\$ 10.298,41	267	R\$ 10.504,37
RAÇÃO PREMIUM CÃES ADULTOS KG	R\$ 9,21	180	R\$ 1.657,11	189	R\$ 1.739,96	193	R\$ 1.774,76	197	R\$ 1.810,26	201	R\$ 1.846,46
RAÇÃO PREMIUM CÃES FILHOTES KG	R\$ 18,00	180	R\$ 3.240,49	189	R\$ 3.402,51	193	R\$ 3.470,56	197	R\$ 3.539,98	201	R\$ 3.610,78
RAÇÃO PREMIUM FILHOTES KG	R\$ 29,46	240	R\$ 7.070,21	252	R\$ 7.423,72	257	R\$ 7.572,20	262	R\$ 7.723,64	267	R\$ 7.878,12
RAÇÃO PREMIUM GATOS ADULTOS KG	R\$ 29,46	120	R\$ 3.535,11	126	R\$ 3.711,86	129	R\$ 3.786,10	131	R\$ 3.861,82	134	R\$ 3.939,06
RAÇÃO ÚMIDA LATAS/SACHÊS	R\$ 2,87	420	R\$ 1.206,20	441	R\$ 1.266,51	450	R\$ 1.291,84	459	R\$ 1.317,67	468	R\$ 1.344,03

PRODUTO	PREÇO DE VENDA (R\$)	ANO 0-1		ANO 1-2 (5%)		ANO 2-3 (2%)		ANO 3-4 (2%)		ANO 4-5 (2%)	
		QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)
ACESSÓRIOS											
BANDANAS PET G	R\$ 3,71	180	R\$ 667,31	189	R\$ 700,67	193	R\$ 714,69	197	R\$ 728,98	201	R\$ 743,56
BANDANAS PET M	R\$ 3,71	240	R\$ 889,74	252	R\$ 934,23	257	R\$ 952,91	262	R\$ 971,97	267	R\$ 991,41
BANDANAS PET P	R\$ 3,71	240	R\$ 889,74	252	R\$ 934,23	257	R\$ 952,91	262	R\$ 971,97	267	R\$ 991,41
BEBEDOURO PORTÁTIL	R\$ 29,22	144	R\$ 4.207,13	151	R\$ 4.417,48	154	R\$ 4.505,83	157	R\$ 4.595,95	160	R\$ 4.687,87
BEBEDOURO GRANDE	R\$ 30,52	120	R\$ 3.662,09	126	R\$ 3.845,19	129	R\$ 3.922,09	131	R\$ 4.000,54	134	R\$ 4.080,55
BEBEDOURO MÉDIO	R\$ 25,95	180	R\$ 4.671,15	189	R\$ 4.904,71	193	R\$ 5.002,80	197	R\$ 5.102,86	201	R\$ 5.204,91
BEBEDOURO PEQUENO	R\$ 18,32	144	R\$ 2.637,41	151	R\$ 2.769,28	154	R\$ 2.824,67	157	R\$ 2.881,16	160	R\$ 2.938,78
CAIXA DE TRANSPORTE GRANDE	R\$ 110,46	36	R\$ 3.976,44	38	R\$ 4.175,27	39	R\$ 4.258,77	39	R\$ 4.343,95	40	R\$ 4.430,82
CAIXA DE TRANSPORTE MÉDIA	R\$ 78,54	60	R\$ 4.712,40	63	R\$ 4.948,02	64	R\$ 5.046,98	66	R\$ 5.147,92	67	R\$ 5.250,87
CAIXA DE TRANSPORTE PEQUENA	R\$ 53,99	60	R\$ 3.239,31	63	R\$ 3.401,28	64	R\$ 3.469,30	66	R\$ 3.538,69	67	R\$ 3.609,46
CAMA GRANDE	R\$ 133,83	24	R\$ 3.211,91	25	R\$ 3.372,51	26	R\$ 3.439,96	26	R\$ 3.508,76	27	R\$ 3.578,93
CAMA MÉDIA	R\$ 88,63	36	R\$ 3.190,70	38	R\$ 3.350,23	39	R\$ 3.417,24	39	R\$ 3.485,58	40	R\$ 3.555,30
CAMA PEQUENA	R\$ 48,83	48	R\$ 2.343,97	50	R\$ 2.461,17	51	R\$ 2.510,39	52	R\$ 2.560,60	53	R\$ 2.611,81
COLEIRA GRANDE C/ PLACA	R\$ 14,27	84	R\$ 1.199,03	88	R\$ 1.258,98	90	R\$ 1.284,16	92	R\$ 1.309,85	94	R\$ 1.336,04
COLEIRA MÉDIA C/ PLACA	R\$ 14,27	72	R\$ 1.027,74	76	R\$ 1.079,13	77	R\$ 1.100,71	79	R\$ 1.122,73	80	R\$ 1.145,18
COLEIRA PEQUENA C/ PLACA	R\$ 14,27	60	R\$ 856,45	63	R\$ 899,27	64	R\$ 917,26	66	R\$ 935,60	67	R\$ 954,32
COMEDOURO/BEBEDOURO DUPLO	R\$ 21,92	48	R\$ 1.052,37	50	R\$ 1.104,99	51	R\$ 1.127,09	52	R\$ 1.149,63	53	R\$ 1.172,62
COMEDOURO GRANDE	R\$ 25,46	72	R\$ 1.833,11	76	R\$ 1.924,76	77	R\$ 1.963,26	79	R\$ 2.002,52	80	R\$ 2.042,57
COMEDOURO MÉDIO	R\$ 18,09	96	R\$ 1.737,06	101	R\$ 1.823,91	103	R\$ 1.860,39	105	R\$ 1.897,60	107	R\$ 1.935,55
COMEDOURO PEQUENO	R\$ 15,27	36	R\$ 549,75	38	R\$ 577,24	39	R\$ 588,79	39	R\$ 600,56	40	R\$ 612,57
CORRENTES DE AÇO	R\$ 17,67	120	R\$ 2.120,50	126	R\$ 2.226,53	129	R\$ 2.271,06	131	R\$ 2.316,48	134	R\$ 2.362,81
ESCOVA DENTAL DUPLA	R\$ 3,44	96	R\$ 329,92	101	R\$ 346,42	103	R\$ 353,35	105	R\$ 360,42	107	R\$ 367,62
KIT BANDEJA/PÁ GATO	R\$ 36,80	36	R\$ 1.324,89	38	R\$ 1.391,14	39	R\$ 1.418,96	39	R\$ 1.447,34	40	R\$ 1.476,29
KIT PEITORAL N.0	R\$ 20,97	36	R\$ 754,81	38	R\$ 792,55	39	R\$ 808,40	39	R\$ 824,57	40	R\$ 841,06
KIT PEITORAL N.1	R\$ 20,97	84	R\$ 1.761,22	88	R\$ 1.849,28	90	R\$ 1.886,27	92	R\$ 1.923,99	94	R\$ 1.962,47
KIT PEITORAL N.2	R\$ 20,97	96	R\$ 2.012,82	101	R\$ 2.113,46	103	R\$ 2.155,73	105	R\$ 2.198,85	107	R\$ 2.242,82
KIT PEITORAL N.3	R\$ 20,97	84	R\$ 1.761,22	88	R\$ 1.849,28	90	R\$ 1.886,27	92	R\$ 1.923,99	94	R\$ 1.962,47
KIT PEITORAL N.4	R\$ 20,97	60	R\$ 1.258,01	63	R\$ 1.320,91	64	R\$ 1.347,33	66	R\$ 1.374,28	67	R\$ 1.401,76
LENÇO UMEDECIDO GATOS	R\$ 22,07	60	R\$ 1.324,30	63	R\$ 1.390,52	64	R\$ 1.418,33	66	R\$ 1.446,69	67	R\$ 1.475,63
PRODUTO		ANO 0-1		ANO 1-2 (5%)		ANO 2-3 (2%)		ANO 3-4 (2%)		ANO 4-5 (2%)	

	PREÇO DE VENDA (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)	QTDE	RECEITA ANUAL (R\$)
MANTA SOFT TAMANHO G	R\$ 33,27	72	R\$ 2.395,23	76	R\$ 2.515,00	77	R\$ 2.565,30	79	R\$ 2.616,60	80	R\$ 2.668,93
MANTA SOFT TAMANHO M	R\$ 33,27	72	R\$ 2.395,23	76	R\$ 2.515,00	77	R\$ 2.565,30	79	R\$ 2.616,60	80	R\$ 2.668,93
MANTA SOFT TAMANHO P	R\$ 33,27	84	R\$ 2.794,44	88	R\$ 2.934,16	90	R\$ 2.992,85	92	R\$ 3.052,70	94	R\$ 3.113,76
PÁ HIGIÊNICA	R\$ 4,50	60	R\$ 269,94	63	R\$ 283,44	64	R\$ 289,11	66	R\$ 294,89	67	R\$ 300,79
PORTA RAÇÃO PLÁSTICO	R\$ 2,34	60	R\$ 140,27	63	R\$ 147,28	64	R\$ 150,23	66	R\$ 153,23	67	R\$ 156,30
TAPETE HIGIÊNICO DESCARTÁVEL	R\$ 3,03	1560	R\$ 4.722,41	1638	R\$ 4.958,53	1671	R\$ 5.057,70	1704	R\$ 5.158,86	1738	R\$ 5.262,04
TAPETE HIGIÊNICO DESCARTÁVEL	R\$ 3,43	1200	R\$ 4.120,43	1260	R\$ 4.326,45	1285	R\$ 4.412,98	1311	R\$ 4.501,24	1337	R\$ 4.591,26
BRINQUEDOS											
BRINQUEDO PARA GATOS	R\$ 5,99	96	R\$ 574,90	101	R\$ 603,64	103	R\$ 615,71	105	R\$ 628,03	107	R\$ 640,59
BRINQUEDO DIVERSO	R\$ 17,19	120	R\$ 2.062,29	126	R\$ 2.165,40	129	R\$ 2.208,71	131	R\$ 2.252,88	134	R\$ 2.297,94
PRODUTOS DE SAÚDE ANIMAL											
ANTIPARASITARIO	R\$ 68,50	48	R\$ 3.287,92	50	R\$ 3.452,32	51	R\$ 3.521,37	52	R\$ 3.591,79	53	R\$ 3.663,63
ANTIPULGAS CÃES DE 1 A 4KG	R\$ 68,50	48	R\$ 3.287,92	50	R\$ 3.452,32	51	R\$ 3.521,37	52	R\$ 3.591,79	53	R\$ 3.663,63
ANTIPULGAS CÃES DE 10 A 25KG	R\$ 68,50	60	R\$ 4.109,90	63	R\$ 4.315,40	64	R\$ 4.401,71	66	R\$ 4.489,74	67	R\$ 4.579,54
ANTIPULGAS CÃES DE 4 A 10KG	R\$ 68,50	60	R\$ 4.109,90	63	R\$ 4.315,40	64	R\$ 4.401,71	66	R\$ 4.489,74	67	R\$ 4.579,54
ANTIPULGAS GATOS DE 1 A 4KG	R\$ 68,50	72	R\$ 4.931,89	76	R\$ 5.178,48	77	R\$ 5.282,05	79	R\$ 5.387,69	80	R\$ 5.495,44
ANTIPULGAS GATOS DE 4 A 10KG	R\$ 22,07	60	R\$ 1.324,30	63	R\$ 1.390,52	64	R\$ 1.418,33	66	R\$ 1.446,69	67	R\$ 1.475,63
ANTISSÉPTICO	R\$ 7,34	120	R\$ 880,90	126	R\$ 924,95	129	R\$ 943,45	131	R\$ 962,32	134	R\$ 981,56
COLEIRA ANTICARRAPATOS	R\$ 19,62	96	R\$ 1.883,19	101	R\$ 1.977,35	103	R\$ 2.016,90	105	R\$ 2.057,24	107	R\$ 2.098,38
VERMÍFUGO CÃES E GATOS	R\$ 44,17	96	R\$ 4.240,12	101	R\$ 4.452,13	103	R\$ 4.541,17	105	R\$ 4.632,00	107	R\$ 4.724,64
ROUPAS											
ROUPA TAMANHO G	R\$ 51,56	48	R\$ 2.474,78	50	R\$ 2.598,52	51	R\$ 2.650,49	52	R\$ 2.703,50	53	R\$ 2.757,57
ROUPA TAMANHO GG	R\$ 48,76	24	R\$ 1.170,22	25	R\$ 1.228,73	26	R\$ 1.253,30	26	R\$ 1.278,37	27	R\$ 1.303,94
ROUPA TAMANHO M	R\$ 48,05	48	R\$ 2.306,26	50	R\$ 2.421,57	51	R\$ 2.470,00	52	R\$ 2.519,40	53	R\$ 2.569,79
ROUPA TAMANHO P	R\$ 45,25	60	R\$ 2.714,89	63	R\$ 2.850,64	64	R\$ 2.907,65	66	R\$ 2.965,80	67	R\$ 3.025,12
ROUPA TAMANHO PP	R\$ 44,54	60	R\$ 2.672,17	63	R\$ 2.805,78	64	R\$ 2.861,90	66	R\$ 2.919,14	67	R\$ 2.977,52
TOTAL	R\$ 2.172,82	13896	R\$ 199.992,01	14591	R\$ 209.991,61	14883	R\$ 214.191,44	15180	R\$ 218.475,27	15484	R\$ 222.844,78

Fonte: A autora (2024)