

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

GABRIELA FICAGNA DE CASTRO

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UM PET SHOP NA CIDADE DE
CHAPECÓ - SANTA CATARINA**

**CHAPECÓ,
2025**

GABRIELA FICAGNA DE CASTRO

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UM PET SHOP NA CIDADE DE
CHAPECÓ - SANTA CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Humberto Tonani Tosta

CHAPECÓ,

2025

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Castro, Gabriela Ficagna de

Plano de Negócio para abertura de um Pet Shop na cidade de Chapecó ? Santa Catarina / Gabriela Ficagna de Castro. -- 2025.

116 f.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Humberto Tonani Tosta

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de Bacharelado em Administração, Chapecó, SC, 2025.

1. plano de negócios, pet shop, empreendedorismo, plano financeiro e plano de marketing.. I. Tosta, Humberto Tonani, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

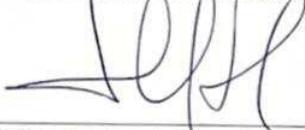
GABRIELA FICAGNA DE CASTRO

NO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UM PET SHOP NA CIDADE
DE CHAPECÓ - SANTA CATARINA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Administração da Universidade Federal da
Fronteira Sul (UFFS), como requisito para obtenção do
título de Bacharel em Administração.

Este trabalho foi defendido e aprovado pela banca em 03/07/2025.

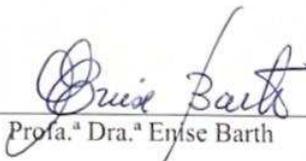
BANCA EXAMINADORA



Prof.º Dr.º Humberto Tonani Tosta – UFFS
Orientador



Prof.º Dr.º Ari Söthe



Profa.ª Dra.ª Enise Barth

Dedico este trabalho a minha família, que sempre me amparou nos desafios encontrados na trajetória da minha graduação. E também a cada mulher com alma sonhadora que nasceu para fazer diferença no mundo empreendendo.

AGRADECIMENTOS

A Deus, minha eterna fonte de luz e força, agradeço por ter guiado meus passos nos momentos de dúvida, por me sustentar nas madrugadas difíceis e me mostrar que até os dias mais difíceis têm um propósito. Sem a fé que carrego no coração, não teria conseguido chegar até aqui.

Aos meus pais, meu alicerce, minha base e meu exemplo de amor incondicional. Obrigada por segurar minha mão nos momentos em que me senti perdida, por cada abraço que trouxe alento, e por me ensinarem, com gestos e palavras, que a verdadeira força está em persistir e focar no objetivo final mesmo em meio aos obstáculos de cada jornada.

À minha família, que é meu porto seguro, minha raiz e minha paz. Obrigada por me mostrarem que, aconteça o que acontecer, eu sempre terei para onde voltar. O amor e o apoio de vocês foram combustíveis essenciais nesta caminhada.

Aos professores e à comunidade acadêmica da UFFS, minha sincera gratidão. Obrigada por acreditarem no potencial dos alunos que conciliam estudo e trabalho, por cada palavra de incentivo, por cada gesto de compreensão. Vocês foram pilares fundamentais nesta trajetória.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Humberto Tonani Tosta, deixo um agradecimento especial. Sua orientação paciente, seu olhar atento e seu compromisso com a excelência acadêmica foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho. Obrigada por caminhar comigo nesta jornada de construção e aprendizado.

Por fim, ao querido Professor Ari Söthe, minha eterna gratidão. Mesmo sem obrigação formal, não mediu esforços para me ajudar, acreditou no meu potencial e foi essencial para que eu pudesse concluir esta etapa tão importante da minha vida. Sua atitude foi um gesto raro de empatia e generosidade que jamais será esquecido.

“A vida não é sobre esperar a tempestade passar, mas sim aprender a dançar na chuva.” (Vivian Greene)

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo a elaboração de um plano de negócios para a abertura de um Pet Shop completo na cidade de Chapecó – SC, denominado Mundo Pet Chapecó. O objetivo principal é verificar a viabilidade de implantação do empreendimento, considerando a expansão do setor pet no Brasil, impulsionada pelo aumento da humanização dos animais de estimação e pela crescente demanda por serviços especializados. A proposta do negócio envolve a integração de múltiplos serviços em um único espaço físico, incluindo banho e tosa, hotel e creche para pets, consultório veterinário e comercialização de produtos certificados. A metodologia utilizada foi aplicada, com abordagem qualitativa e quantitativa, baseada em análise estratégica, levantamento de dados mercadológicos, estudo da concorrência local e projeções financeiras detalhadas. O plano foi estruturado com base em práticas sustentáveis, foco no atendimento humanizado e uso de canais digitais para otimização da experiência do cliente. Os resultados evidenciam que o negócio é economicamente viável, apresenta retorno financeiro no curto prazo e diferenciais competitivos que o posicionam de forma atrativa no mercado regional. Conclui-se que o empreendimento é promissor e alinhado às tendências atuais do setor pet no Brasil.

Palavras-chave: empreendedorismo; pet shop; plano de negócios.

ABSTRACT

This study aimed to develop a business plan for opening a full-service pet shop in Chapecó, Santa Catarina, Brazil, named Mundo Pet Chapecó. The main objective is to assess the feasibility of launching the enterprise, considering the rapid expansion of the pet market in Brazil, driven by the growing humanization of pets and the increasing demand for specialized services. The proposed business integrates multiple services in a single physical location, including grooming, pet hotel and daycare, veterinary consultations, and the sale of certified products. The methodology applied was of an applied nature, with both qualitative and quantitative approaches, based on strategic analysis, market data review, competitor benchmarking, and detailed financial projections. The plan was designed around sustainable practices, a humanized service approach, and the use of digital channels to enhance customer experience. The results demonstrate that the business is economically viable, presents a short-term return on investment, and offers competitive differentials that make it attractive in the regional market. It is concluded that the enterprise is promising and aligned with current trends in the Brazilian pet industry.

Keywords: entrepreneurship; pet shop; business plan.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Logomarca da Mundo Pet Chapecó	31
Figura 2 – Organograma funcional da empresa Mundo Pet Chapecó	37
Quadro 1 – Estrutura funcional da empresa Mundo Pet Chapecó	37
Figura 3 – Fachada da loja Mundo Pet Chapecó.....	39
Figura 4 – Sala de tosa e estética animal	39
Figura 5 – Sala de secagem de pets	39
Figura 6 – Consultório veterinário da Mundo Pet	40
Figura 7 – Setor de hotelaria pet	40
Figura 8 – Área externa de recreação pet	41
Figura 9 – Escritório administrativo da empresa	42
Quadro 2 – Canais de Comunicação da Mundo Pet Chapecó	45
Quadro 3 – Benchmarking entre a Mundo Pet Chapecó e concorrentes locais	53
Figura 10 – Gráfico das dimensões do ambiente Externo e Interno	55
Quadro 4 – Identificação das variáveis do ambiente externo e interno	55
Quadro 5 – Da Matriz Swot	56
Quadro 6 – Estratégias de Marketing segundo os 8Ps da Mundo Pet Chapecó	57

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Capacidade operacional dos serviços oferecidos	42
Tabela 2 – Composição da equipe de trabalho e funções atribuídas	43
Tabela 3 – Orçamento de Marketing da Mundo Pet Chapecó	58
Tabela 4 – Métricas e Avaliação de Resultados	60
Tabela 5 – Distribuição dos Investimentos por Grupo Contábil	62
Tabela 6 – Despesas pré-operacionais	63
Tabela 7 – Técnica consolidada do investimento inicial em móveis e equipamentos	64
Tabela 8 – Depreciação por Grupo Contábil	70
Tabela 9 – Investimento por Setor Funcional	70
Tabela 10 – Investimento inicial total	71
Tabela 11 – Despesas Fixas Mensais Estimadas	73
Tabela 12 – Comparativo de Fontes de Financiamento	74
Tabela 13 – Parâmetros dos Custos Variáveis Utilizados	75
Tabela 14 – Catálogo de Produtos Completo com Custos variáveis e precificação	77
Tabela 15 – Projeção de receita com a venda de produtos	84
Tabela 16 – Capacidade Mensal dos Serviços	88
Tabela 17 – Custos de Mão de Obra Proporcional por Serviço	88
Tabela 18 – Custo de Insumo e mão de obra por Serviço	88
Tabela 19: Margem de Lucro nos Serviços Prestado	89
Tabela 20 – Projeção de receita com os serviços vendidos	90
Tabela 21 – Encargos e Salários	93
Tabela 22 – Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)	94
Tabela 23 – Fluxo de Caixa Detalhado	97
Tabela 24 – Balanço Patrimonial	99
Tabela 25 – Ponto de Equilíbrio Financeiro	99
Tabela 26 – Indicadores Financeiros	100

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
COMAC	Comissão de Animais de Companhia
DRE	Demonstração do Resultado do Exercício
ESG	Environmental, Social and Governance
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
JUCESC	Junta Comercial do Estado de Santa Catarina
MEI	Microempreendedor Individual
PCD	Pessoa com Deficiência
RSE	Responsabilidade Social Empresarial
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UFFS	Universidade Federal da Fronteira Sul

LISTA DE SÍMBOLOS

Σ	somatório
\neg	Negação lógica
\cap	Intersecção
$+$	Adição
$-$	Subtração
$/$	Divisão
$=$	Igualdade

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	16
1.1 OBJETIVOS	17
1.1.1 Objetivo geral	17
1.1.2 Objetivos específicos	17
1.2 JUSTIFICATIVA	18
2. REVISÃO DE LITERATURA	20
2.1 EMPREENDEDORISMO	20
2.2 PERFIL EMPREENDEDOR	21
2.3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	23
2.3.1 Incentivos ao empreendedorismo no Brasil	23
2.3.2 Desafios para o empreendedorismo no Brasil	25
2.4 PLANO DE NEGÓCIOS	26
3. METODOLOGIA	28
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	28
3.2 CENÁRIO DA PESQUISA	28
3.3 COLETA DE DADOS	29
3.4 ANÁLISE DE DADOS	29
4. RESULTADOS	30
4.1 O MERCADO PET EM CHAPECÓ E O PERFIL CONSUMIDOR	30
4.1.1 Descrição da empresa	31
4.1.2 Elementos de Identificação Visual	31
4.1.2.1 Logo Conceitual	31
4.1.2.2 Conceito Criativo	32
4.1.2.3 Elementos Visuais do Logotipo	32
4.1.2.4 Cores e Significados	32
4.1.2.5 Slogan	33
4.1.3 Diretrizes Organizacionais	33
4.1.3.1 Missão	33
4.1.3.2 Visão	33
4.1.3.3 Valores	34
4.1.3.4 Objetivos da empresa	34
4.2 PLANO OPERACIONAL	35
4.2.1 Descrição legal do negócio	35
4.2.2 Estruturação do negócio	36
4.2.3 Estrutura funcional	36
4.2.4 Descrição da estrutura física	38
4.2.5 Capacidade operacional	43
4.2.6 Funcionamento	44
4.2.7 Recursos humanos	44

4.2.8 Equipamentos e materiais	44
4.2.9 Logística e controle	45
4.2.10 Canais de comunicação	45
4.2.11 Terceirização	46
4.2.12 Sustentabilidade e Responsabilidade Social	46
4.3 PLANO DE MARKETING	47
4.3.1 Análise de Mercado	47
4.3.2 Análise do Público-alvo	49
4.3.3 Análise da Concorrência	51
4.3.4 Benchmarking Estratégico	53
4.3.5 Análise de Swot	54
4.3.6 Estratégia de marketing (8 p's)	57
4.3.7 Orçamento de Marketing	59
4.3.8 Métricas e avaliação de resultados	60
4.4.1 Investimento Inicial em Móveis e Equipamentos	62
4.4.2 Investimento em Ativo Imobilizado	63
4.4.3 Despesas Pré-Operacionais	63
4.4.3.1 Análise da Depreciação dos Investimentos	71
4.4.3.2 Alocação do Investimento por Setor Funcional	71
4.4.4 Investimento Inicial Total	71
4.4.5 Capital de Giro	74
4.4.6 Fontes de Financiamento	75
4.4.7 Custos Variáveis	76
4.4.8 Catálogo de Produtos – Mundo Pet Chapecó	77
4.4.9 Metodologia de Projeção de Receita e Análise de Resultados por Produto	84
4.4.10 – Custos Variáveis e Precificação dos Serviços	89
4.4.11 Receita com serviços fornecidos	91
4.4.12 Definição Salários e Encargos	93
4.4.13 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)	95
4.4.14 Fluxo de Caixa	96
4.4.15 Ponto de Equilíbrio Financeiro	100
4.4.16 Indicadores Financeiros da Empresa Mundo Pet Chapecó	100
5 Considerações finais	103
REFERÊNCIAS	104
- APÊNDICE A – Questionário - Pesquisa de Mercado para Abertura de um Pet Shop	107
- APÊNDICE B – Sumário Executivo Mundo Pet Chapecó	110

1. INTRODUÇÃO

A transformação demográfica no Brasil tem impactado diretamente os padrões de consumo. Em 2023, o país registrou a menor taxa de natalidade desde 1976, com apenas 2,52 milhões de nascimentos (IBGE, 2024). Essa realidade acompanha uma tendência de envelhecimento populacional e redução do número de filhos por mulher, que caiu para 1,62 (IBGE, 2023).

Em contraste, o mercado pet brasileiro vem crescendo significativamente, impulsionado pelo fortalecimento dos laços afetivos entre tutores e seus animais. Segundo a Petlove (2022), 86% dos tutores consideram seus pets membros da família, e os gastos mensais podem ultrapassar R\$1.100,00. Esse comportamento revela uma nova configuração familiar e de consumo, especialmente entre jovens adultos, o que fortalece o mercado pet como alternativa viável de investimento.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET), em 2024 o setor pet faturou R\$75,4 bilhões, consolidando o Brasil como o terceiro país do mundo em população de animais de estimação. Essa expansão se deve, em grande parte, ao fenômeno da humanização dos pets, intensificado durante a pandemia da COVID-19, quando milhares de brasileiros se tornaram tutores pela primeira vez (COMAC, 2021).

Em Chapecó – SC, observa-se uma demanda crescente por serviços integrados de cuidado animal. A ausência de um espaço completo, com atendimento veterinário, banho e tosa, hotel e loja de produtos, representa uma lacuna a ser preenchida. Diante disso, este trabalho propõe a elaboração de um plano de negócios para a implantação da empresa Mundo Pet Chapecó, com serviços e estrutura voltados ao bem-estar animal, combinando atendimento humanizado, inovação e sustentabilidade.

De acordo com esses fatos citados, justifica-se o desenvolvimento do presente estudo e do plano de negócios para que ocorra uma melhor compreensão e planejamento do empreendimento proposto, melhorando a confiança nas tomadas de decisões e embasando as mesmas, consequentemente reduzindo-se assim o grau de risco envolvido. Assim, apresenta-se o problema de pesquisa: como elaborar um plano de negócios para abertura de um Pet Shop na cidade de Chapecó/SC?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Verificar a viabilidade de implantação de um pet shop completo na cidade de Chapecó – SC, por meio da elaboração de um plano de negócios baseado em pesquisa de mercado, análise estratégica e planejamento financeiro.

1.1.2 Objetivos específicos

- a) Elaborar a estrutura da empresa, com as atividades da organização e o portfólio de produtos e serviços oferecidos;
- b) Aplicar uma pesquisa de mercado com potenciais clientes de Chapecó – SC, visando compreender hábitos de consumo e interesse pelos serviços e produtos.
- c) Desenvolver um plano de marketing, para traçar as estratégias a serem utilizadas ao ofertar os produtos e serviços no ramo PET;
- d) Propor um planejamento financeiro orçamentário;
- e) Avaliar a viabilidade do empreendimento com base nos dados e projeções elaboradas.

1.2 JUSTIFICATIVA

A proposta deste trabalho é analisar a viabilidade de implantação de um pet shop na cidade de Chapecó – SC, com base na elaboração de um plano de negócios que considere as demandas locais, as características do mercado pet e as tendências de consumo. Essa escolha é motivada pelo expressivo crescimento do setor no Brasil e pela transformação do papel dos animais de estimação na sociedade contemporânea.

A pandemia da COVID-19 intensificou a relação afetiva entre humanos e seus animais, resultando em um aumento significativo no número de tutores. Segundo a pesquisa Radar Pet, realizada pela Comissão de Animais de Companhia (COMAC, 2022), cerca de 30% dos animais de estimação dos entrevistados foram adquiridos durante o período de isolamento, revelando um novo público consumidor e reforçando o fenômeno da humanização dos pets.

Além disso, dados da Receita Federal (2023) indicam que as micro e pequenas empresas representam 98% do setor pet no Brasil, sendo os microempreendedores individuais (MEIs) os principais responsáveis pela operação do mercado, com 111.922 negócios ativos. Os pequenos e médios pet shops concentram 49% da receita do setor, enquanto as grandes redes correspondem a apenas 9%. Clínicas e hospitais veterinários respondem por 18% da receita total, evidenciando a força das empresas de menor porte e a descentralização desse mercado.

A realização deste estudo também se sustenta na importância de fomentar o empreendedorismo regional. A pesquisa de mercado, parte integrante do plano de negócios, visa identificar os hábitos de consumo e as necessidades dos potenciais clientes de Chapecó, possibilitando uma abordagem estratégica para a estruturação da empresa. Assim, além de atender a uma demanda crescente por serviços especializados no cuidado animal, o empreendimento proposto pode gerar empregos diretos e indiretos, movimentar cadeias produtivas locais e promover ações voltadas ao bem-estar animal e à educação dos tutores.

Ademais, conforme Dolabela (2017), o plano de negócios é uma ferramenta indispensável para a tomada de decisão em novos empreendimentos, permitindo o planejamento detalhado, a avaliação de riscos e a definição de estratégias eficazes. Complementarmente, para Drucker (2005), o empreendedor bem-sucedido é aquele que identifica oportunidades em mudanças sociais e econômicas, utilizando o planejamento como instrumento essencial para mitigação de riscos.

A elaboração deste estudo, portanto, contribui não apenas para a prática empreendedora, mas também para a produção acadêmica voltada à gestão estratégica de microempresas e ao comportamento do consumidor em setores emergentes.

Dessa forma, a justificativa deste TCC fundamenta-se na relevância econômica, social e acadêmica do tema, bem como no seu potencial de aplicação prática. O estudo responde a uma demanda atual e promissora no mercado brasileiro, especialmente na região oeste de Santa Catarina, onde há espaço para inovação e desenvolvimento sustentável no segmento pet.

2. REVISÃO DE LITERATURA

No referencial teórico serão explorados conceitos e tópicos essenciais para compreender os principais temas abordados na presente pesquisa, ao perfil do empreendedor, às micro e pequenas empresas, o plano de negócios, o mercado PET no Brasil e as previsões futuras relacionadas a esta vertente. Essa fundamentação teórica fornecerá o alicerce necessário para a elaboração do estudo e, por conseguinte, contribuirá para a consecução dos objetivos propostos.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é uma vertente que tem ganhado destaque no mercado global, sendo imprescindível para a economia e o desenvolvimento dos mercados. Representa geração de novos empregos e ocupações, necessidades no mercado e crescimento do mesmo de modo a ser destacado a seguir como um tema essencial para fundamentar esta pesquisa.

Historicamente, o termo “empreendedor” foi introduzido por Richard Cantillon no século XVIII, ao definir o indivíduo que assume riscos ao operar em contextos de incerteza, atuando como intermediário entre capital e trabalho (Dornelas 2018). Joseph Schumpeter (1934, p.87) posteriormente aprimorou essa concepção, destacando o empreendedor como agente de “destruição criativa”, capaz de romper com o status quo econômico ao introduzir inovações tecnológicas, organizacionais ou de mercado. Para o autor, “o empreendedor é essencialmente um inovador, um indivíduo que rompe com a rotina para introduzir novas combinações produtivas no sistema econômico”.

No século XX, Peter Drucker (1985, p. 27) destacou o empreendedor moderno como alguém que identifica oportunidades em um ambiente dinâmico, marcado por transformações tecnológicas e mudanças nas expectativas dos consumidores. Em sua visão, “o empreendedor sempre procura mudanças, responde a elas e explora como oportunidades”.

No contexto brasileiro, José Dornelas (2018, p. 24) afirma que “empreender é mais do que simplesmente abrir um negócio; é identificar oportunidades, inovar, correr riscos calculados e ser capaz de transformar ideias em negócios viáveis”. O autor enfatiza que o empreendedorismo é uma ferramenta para o desenvolvimento econômico, principalmente quando se trata de pequenas empresas e novos empreendimentos.

Fernando Dolabela (2008, p. 54) contribui com uma visão educacional sobre o empreendedorismo, defendendo que o desenvolvimento do espírito empreendedor deve ser

estimulado desde a formação básica. Em sua obra, o autor demonstra que “a construção do plano de negócio é um exercício de reflexão sobre o próprio sonho do empreendedor, permitindo estruturar racionalmente a sua viabilidade”.

Com os avanços tecnológicos e a digitalização dos mercados, surgiu o conceito de startup enxuta (lean startup), uma abordagem empreendedora baseada em ciclos curtos de experimentação e aprendizado contínuo com o cliente. Nesse modelo, “o objetivo não é apenas lançar um novo produto, mas fazê-lo de maneira iterativa, reduzindo os riscos de falha” (Ries, 2012, p. 40).

Outra vertente igualmente relevante é o empreendedorismo social. De acordo com Muhammad Yunus (2008), esse tipo de empreendedorismo busca gerar impacto positivo ao mesmo tempo em que oferece soluções economicamente viáveis para problemas sociais e ambientais.

Autores como Hisrich, Peters e Shepherd (2018, p. 6) apresentam uma definição abrangente: “Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, devotando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes, e recebendo as recompensas resultantes”.

David McClelland (1961, p. 233), por sua vez, sugere uma perspectiva psicológica do empreendedorismo, argumentando que a motivação do empreendedor está fortemente ligada à necessidade de realização: “O empreendedor é movido por uma forte necessidade de realização; ele não busca o poder, mas o sucesso medido por padrões pessoais de excelência”.

Por fim, Filion (1999, p. 45) destaca o papel da visão empreendedora como diferencial competitivo: “O que distingue o empreendedor de outras pessoas é sua capacidade de projetar uma visão de futuro e desenvolver os meios necessários para realizá-la”.

2.2 PERFIL EMPREENDEDOR

Nos últimos anos, o perfil empreendedor tem sido amplamente discutido na literatura acadêmica, especialmente em um contexto de rápidas transformações tecnológicas e sociais. Estudos recentes destacam características-chave que definem o empreendedor moderno, como a capacidade de adaptação, inovação, proatividade e resiliência. O perfil empreendedor é definido por um conjunto de características comportamentais, cognitivas e motivacionais que conferem ao indivíduo a capacidade de transformar ideias em oportunidades e oportunidades em negócios bem-sucedidos. Estudos mostram que essas características são tão determinantes quanto o conhecimento em gestão (Dornelas, 2018; Filion, 1999).

Conforme Dornelas (2018, p. 45), o empreendedor distingue-se pela proatividade, resiliência, criatividade e capacidade de assumir riscos calculados, sendo a atitude mais relevante do que a formação técnica. No Brasil, Dolabela (2008, p. 32) destaca a importância do autoconhecimento no processo empreendedor: “ser empreendedor é acreditar em si mesmo e ter um sonho, uma ideia, e lutar para realizá-la”.

McClelland (1961), afirma que empreendedores de sucesso possuem uma alta necessidade de realização, medindo seu sucesso por padrões internos e não pelo poder. Já Filion (1999, p. 47) evidencia que o traço distintivo do empreendedor é a visão estratégica de futuro, aliada à capacidade de mobilizar recursos para concretizá-la.

No contexto humano, dados da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2021), conduzida pelo Sebrae, revelam que, em 2023, o Brasil contava com cerca de 42 milhões de pessoas envolvidas em atividades empreendedoras, enquanto outros 48 milhões se classificavam como empreendedores potenciais. Isso representa quase metade da população adulta brasileira manifestando intenção de iniciar um negócio nos próximos anos. Um aspecto relevante destacado pela pesquisa refere-se à motivação para empreender: observou-se uma queda no empreendedorismo por necessidade, que passou de 50,4% em 2020 para 38,6% em 2023, indicando que a maioria dos novos empreendedores está sendo movida por oportunidade em vez de necessidade. Em 2020, por exemplo, 59,4% dos empreendedores iniciais afirmaram ter iniciado seus negócios motivados por oportunidade.

Dados do Sebrae reforçam essas conclusões: em 2020, o total de empreendedores ativos chegou a 31,6% da população adulta, distribuídos entre nascentes, novos e estabelecidos. Em 2023, a taxa de empreendedores estabelecidos (com mais de 3,5 anos de negócio) atingiu 11,9%, alcançando o maior patamar em quatro anos. Esses números indicam amadurecimento no ecossistema empreendedor brasileiro, profissionais que começam e conseguem manter suas empresas.

O perfil do empreendedor é uma combinação complexa de características pessoais e habilidades práticas que são essenciais para a inovação e o sucesso nos negócios. A literatura aponta que o desenvolvimento desse perfil deve ser uma prioridade tanto em ambientes acadêmicos quanto corporativos, ocorrendo preparação de indivíduos para os desafios do mercado contemporâneo. Esse conjunto de características fundamenta a proposta deste estudo e reforça a necessidade de incluir, no plano de negócios, componentes que favoreçam o desenvolvimento contínuo, a gestão financeira e a inovação, fatores cruciais para o sucesso de um pet shop completo em Chapecó.

2.3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil configura-se como um importante motor de desenvolvimento econômico e social. Segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), coordenada pelo Sebrae e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), o país manteve uma das maiores taxas de empreendedorismo do mundo em 2023, com aproximadamente 42 milhões de brasileiros envolvidos com algum tipo de atividade empreendedora, o que corresponde a cerca de um terço da população adulta (SEBRAE, 2023).

Historicamente, o Brasil apresenta dois perfis predominantes de empreendedores: o por necessidade e o por oportunidade. Durante períodos de instabilidade econômica, como a crise de 2015 e a pandemia de COVID-19, o empreendedorismo por necessidade foi mais expressivo. No entanto, em 2023, os empreendedores por oportunidade representaram 61,4% do total, superando os por necessidade — uma inversão importante é indicativa de amadurecimento do ecossistema empreendedor (SEBRAE, 2023).

Esse crescimento está associado a diversos fatores, como o maior acesso à internet, a difusão de tecnologias digitais, a popularização de cursos de capacitação e o fortalecimento de políticas públicas voltadas à formalização de negócios. De acordo com o Portal do Empreendedor, o número de microempreendedores individuais (MEIs) ultrapassou 15 milhões em 2023, demonstrando o impacto da Lei Complementar nº 128/2008, que criou essa categoria jurídica como porta de entrada para a formalização (Portal do Empreendedor, 2024).

Outro dado relevante diz respeito à digitalização dos negócios. A pesquisa "Transformação Digital nos Pequenos Negócios", também conduzida pelo Sebrae (2023), revelou que mais de 70% das micro e pequenas empresas brasileiras passaram a adotar ferramentas digitais, especialmente após a pandemia. Esse movimento impulsionou o surgimento de novos modelos de negócios baseados em e-commerce, delivery e serviços por aplicativo.

Apesar dos avanços, o ambiente empreendedor brasileiro ainda apresenta obstáculos significativos, como a elevada carga tributária, a burocracia para abertura e manutenção de empresas e a dificuldade de acesso a crédito, especialmente para empreendedores de baixa renda. De acordo com o relatório Doing Business 2020, do Banco Mundial, o Brasil ocupava a 124ª posição no ranking de facilidade para se fazer negócios, o que evidencia a necessidade de reformas estruturais.

2.3.1 Incentivos ao empreendedorismo no Brasil

O Brasil tem implementado diversas políticas e programas de incentivo ao empreendedorismo nas últimas décadas, buscando fomentar a criação de negócios sustentáveis e reduzir as desigualdades socioeconômicas. Entre os principais mecanismos de apoio, destacam-se os programas de capacitação, linhas de crédito específicas, estímulo à inovação e ações de desburocratização.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma das principais instituições de apoio ao empreendedor nacional. Atua por meio de consultorias, capacitações, feiras e apoio técnico. O programa “Brasil Mais Empreendedor”, por exemplo, oferece ferramentas práticas e materiais para jovens empreendedores em todo o país (SEBRAE, 2023).

No âmbito financeiro, o Governo Federal, por meio do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), disponibiliza linhas de crédito como o “BNDES Microcrédito”, voltado para empreendedores de baixa renda. Em 2023, foram liberados mais de R\$2,3 bilhões em microcrédito produtivo orientado, beneficiando milhares de pequenos negócios (BNDES, 2024).

Além disso, programas como o “Inova Simples” – instituído pela Lei Complementar nº 167/2019 – criaram um regime especial para facilitar a formalização e o desenvolvimento de startups e empreendimentos inovadores. A proposta visa simplificar processos burocráticos e incentivar a cultura da inovação no país.

O marco legal das startups, sancionado em 2021 (Lei Complementar nº 182/2021), também representa um avanço importante ao criar um ambiente jurídico mais favorável à criação de empresas de base tecnológica. Esse marco legal definiu critérios para enquadramento de startups, regulamentou instrumentos de investimento e trouxe maior segurança jurídica para investidores-anjo.

Universidades, incubadoras e parques tecnológicos também desempenham papel central nesse ecossistema de incentivo. Instituições públicas e privadas têm fomentado projetos de extensão e pesquisa voltados ao empreendedorismo, como o Programa Centelha, coordenado pela Finep em parceria com os estados, que apoia financeiramente ideias inovadoras de empreendedores iniciantes (FINEP, 2023). Esses incentivos demonstram um esforço conjunto entre Estado, instituições financeiras e setor educacional para fortalecer a cultura empreendedora no Brasil, promovendo o surgimento de negócios inovadores e sustentáveis.

2.3.2 Desafios para o empreendedorismo no Brasil

Apesar do avanço nos índices de empreendedorismo, o Brasil ainda enfrenta diversos obstáculos estruturais e conjunturais que dificultam a abertura e a manutenção de negócios. A burocracia, o excesso de tributos, a baixa qualificação da mão de obra, o difícil acesso ao crédito e a instabilidade econômica estão entre os principais entraves enfrentados pelos empreendedores brasileiros.

Segundo o último relatório Doing Business publicado pelo Banco Mundial (2020), o Brasil ocupava a 124ª posição entre 190 países no ranking de facilidade para fazer negócios, destacando-se negativamente nos quesitos “pagamento de impostos”, “obtenção de crédito” e “registro de empresas”. O relatório foi descontinuado em 2021, mas os dados refletem desafios ainda presentes no ambiente institucional brasileiro.

No que se refere à carga tributária, o Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT, 2020) apontou que as empresas brasileiras gastam, em média, cerca de 1.500 horas por ano para cumprir obrigações fiscais, número significativamente superior à média mundial, que gira em torno de 240 horas. Esse cenário revela a complexidade do sistema tributário nacional, que demanda recursos financeiros e humanos especializados, dificultando a vida de pequenos empreendedores.

Outro desafio recorrente está relacionado à informalidade. Segundo o Sebrae (2023), cerca de 40% dos empreendedores brasileiros atuam na informalidade, o que representa uma parcela significativa da economia nacional. A informalidade limita o acesso a linhas de crédito, programas de capacitação e políticas públicas de apoio ao empreendedorismo, além de comprometer a segurança jurídica das atividades.

A escassez de educação empreendedora também representa um obstáculo importante. Apesar de avanços pontuais, como a inclusão de disciplinas de empreendedorismo em cursos técnicos e superiores, a formação empreendedora ainda é insuficiente no país. De acordo com Dolabela (2008), o Brasil carece de uma política educacional que desenvolva competências empreendedoras desde os níveis mais básicos da formação escolar, estimulando a criatividade, a autonomia e a capacidade de resolver problemas.

Outro aspecto crítico está na dificuldade de acesso ao crédito. De acordo com dados do Boletim de Crédito do Banco Central (2023), micro e pequenas empresas enfrentam maiores taxas de juros e exigências rigorosas para obter financiamento. Muitos empreendedores recorrem a empréstimos pessoais ou ao uso do limite do cheque especial, o que pode comprometer a saúde financeira do negócio a longo prazo.

Portanto, embora o Brasil apresente um ecossistema promissor para o empreendedorismo, com um número crescente de empreendedores e um mercado em expansão, os desafios estruturais ainda impõem barreiras significativas. A superação desses obstáculos exige ações coordenadas entre poder público, setor privado e instituições de ensino, com o objetivo de criar um ambiente mais favorável à inovação, à formalização e ao crescimento sustentável dos negócios.

2.4 PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios é uma ferramenta essencial para a concepção, o desenvolvimento e a gestão de empreendimentos, funcionando como um roteiro estratégico que orienta o empreendedor na organização de suas ideias, na análise de viabilidade e na estruturação operacional e financeira do negócio. É por meio dele que se estabelecem os objetivos do empreendimento, as estratégias para alcançá-los e os recursos necessários para sua implementação. Nos últimos anos, a literatura especializada e instituições como o SEBRAE têm reforçado a importância dessa ferramenta para aumentar as chances de sucesso empresarial.

O plano de negócios permite ao empreendedor avaliar oportunidades de mercado de maneira sistemática, estruturando metas, estratégias e recursos necessários à implementação do empreendimento. O autor destaca que “empreender é mais do que simplesmente abrir um negócio; é identificar oportunidades, inovar, correr riscos calculados e ser capaz de transformar ideias em negócios viáveis” (Dornelas, 2018, p. 24).

Dessa forma, um plano de negócios bem estruturado auxilia o empreendedor a identificar riscos e oportunidades, além de ser um documento essencial para a captação de investimentos. Como destacado pelo SEBRAE (2021), “é necessário que o empreendedor projete não apenas os custos iniciais, mas também o capital de giro e o ponto de equilíbrio, para que o negócio possa se sustentar nos primeiros anos”

Além disso, a estrutura de um plano de negócios pode variar de acordo com o tipo e o porte do empreendimento, mas há elementos essenciais que devem estar presentes: sumário executivo, descrição da empresa, análise de mercado, plano de marketing, plano operacional e plano financeiro. Esses componentes proporcionam uma visão holística do negócio, permitindo ao empreendedor tomar decisões baseadas em dados concretos e realistas (SEBRAE, 2021).

Outro pilar indispensável do plano é o planejamento financeiro. Segundo Marion (2021, p. 75), “o planejamento financeiro é crucial para prever a viabilidade econômica do negócio e para o controle das finanças, evitando problemas como falta de liquidez e endividamento excessivo”. O autor destaca ainda que projeções de receitas, despesas, lucros, fluxo de caixa e cálculo do ponto de equilíbrio são etapas fundamentais para garantir a sustentabilidade financeira de qualquer empreendimento.

Drucker (1985) sintetiza essa abordagem afirmando que “planejar não é decidir o que fazer amanhã, mas o que se fará no futuro com base no que se sabe hoje”. Essa perspectiva destaca o plano de negócios como uma ferramenta de gestão estratégica, que orienta o empreendedor a antecipar mudanças, reduzir incertezas e manter o foco nos resultados.

Em síntese, o plano de negócios é mais do que um documento formal; é uma ferramenta indispensável para a sustentação e expansão dos empreendimentos. Além de contribuir para a organização interna e a atração de investimentos, ele fortalece a tomada de decisão baseada em análise, planejamento e adaptação às dinâmicas do mercado.

3. METODOLOGIA

Para alcançar o objetivo geral desta pesquisa e seus objetivos específicos, este capítulo apresenta a metodologia adotada, detalhando a classificação da pesquisa, o cenário de investigação, os procedimentos de coleta e análise dos dados. A escolha metodológica visa assegurar a validade científica e a aplicabilidade prática dos resultados.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, de abordagem quantitativa e qualitativa. Segundo Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa aplicada busca gerar conhecimentos para aplicação prática, orientados à solução de problemas concretos. Nesse caso, objetiva-se verificar a viabilidade da abertura de um pet shop na cidade de Chapecó (SC), com base na elaboração de um plano de negócios sustentado por evidências empíricas e teóricas.

Quanto aos fins, trata-se de uma pesquisa descritiva, pois visa descrever e analisar características do mercado pet local, bem como o comportamento dos consumidores. Conforme Gil (2008), a pesquisa descritiva busca expor características de determinada população ou fenômeno, sem manipulá-los.

3.2 CENÁRIO DA PESQUISA

O cenário da pesquisa é o município de Chapecó, localizado no oeste catarinense, com aproximadamente 250 mil habitantes (IBGE, 2022). A cidade é um polo regional relevante, com economia diversificada e em constante expansão, incluindo o setor de serviços voltados ao cuidado animal. A crescente humanização dos pets e o aumento da demanda por serviços especializados impulsionam o crescimento de pet shops, clínicas veterinárias e espaços de bem-estar animal.

Conforme dados da ABINPET (2023), o Brasil ocupa a terceira posição mundial em população pet, com mais de 167 milhões de animais de estimação. Esse contexto se reflete também em Chapecó, onde a pesquisa identificou uma concentração crescente de estabelecimentos pet, impulsionando a competitividade e a necessidade de diferenciação de mercado.

3.3 COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi dividida em duas etapas: pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica envolveu a análise de livros, artigos científicos, relatórios de instituições como SEBRAE, ABINPET e COMAC, além de dados da Receita Federal, com o objetivo de embasar teoricamente os temas do empreendedorismo, plano de negócios e mercado pet.

A pesquisa de campo consistiu na aplicação de um questionário estruturado e distribuído de forma online, por meio da plataforma Google Forms, entre os meses de abril e maio de 2025. O questionário foi composto por questões fechadas e abertas, e contou com a participação de 154 pessoas sendo destes 139 respondentes válidos, todos residentes em Chapecó e tutores de animais de estimação. A técnica de amostragem utilizada foi não probabilística por conveniência, considerando a facilidade de acesso aos participantes.

3.4 ANÁLISE DE DADOS

A análise dos dados coletados foi conduzida em duas etapas: quantitativa e qualitativa. Na análise quantitativa, os dados das respostas fechadas foram organizados e processados por meio do Microsoft Excel, utilizando-se de estatística descritiva (frequência, porcentagem e médias), com o intuito de identificar padrões de comportamento de consumo e preferências dos respondentes.

Paralelamente, a análise qualitativa foi realizada a partir das respostas abertas e dos dados secundários da pesquisa bibliográfica. A interpretação seguiu os princípios da análise de conteúdo, conforme Bardin (2011), buscando compreender a percepção dos tutores sobre o mercado pet, a valorização dos animais como membros da família e a demanda por serviços personalizados.

4. RESULTADOS

O objetivo deste trabalho é desenvolver e apresentar um plano de negócios completo e detalhado para a abertura do pet shop 'Mundo Pet Chapecó' com sede em Chapecó - SC. Para tanto, foram abordados e analisados todos os aspectos essenciais, desde a análise de mercado e estratégias de marketing até o planejamento financeiro e operacional, sempre embasados nos pressupostos teóricos relevantes do empreendedorismo e da administração, visando evidenciar a potencial viabilidade e as diretrizes para o sucesso do empreendimento.

4.1 O MERCADO PET EM CHAPECÓ E O PERFIL CONSUMIDOR

O município de Chapecó, localizado no oeste catarinense, reflete as principais tendências do mercado pet nacional. Com uma população estimada em 250.000 habitantes (IBGE, 2022), a cidade apresenta forte potencial de consumo no setor, especialmente ao considerar que o Brasil possui, em média, 1,3 animal de estimação por habitante, conforme dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET, 2023). Esse cenário representa um universo expressivo de consumidores em potencial para produtos e serviços voltados ao bem-estar animal, como alimentação, higiene, estética, saúde e entretenimento.

A crescente presença de pet shops, clínicas veterinárias, hotéis para animais e espaços de recreação em centros urbanos, como Chapecó, evidencia uma demanda já consolidada e em constante expansão. De acordo com o Instituto Pet Brasil (2023), fatores como a humanização dos animais de estimação, a preocupação crescente com saúde e nutrição e a busca por serviços personalizados têm promovido mudanças significativas no comportamento do consumidor, impulsionando a diversificação e sofisticação dos serviços oferecidos no setor.

Em Chapecó, verifica-se um público que valoriza serviços como banho e tosa de qualidade, alimentação natural, acessórios personalizados e atendimento veterinário especializado. Essa mudança de perfil se alinha ao observado em todo o país, onde a figura do pet passou a ocupar um espaço afetivo semelhante ao de um membro da família.

Outro fator relevante para o crescimento do setor pet é a digitalização do consumo. O uso de e-commerce, aplicativos de agendamento e canais digitais de atendimento tornou-se essencial para acompanhar as mudanças no comportamento dos consumidores. Segundo o Painel de Mercado 2024 da ABINPET, mais de 35% das compras de produtos pet no Brasil já

ocorrem por meios digitais, evidenciando a preferência por praticidade e conveniência. Além disso, empreendimentos que investem em plataformas multicanal tendem a conquistar maior fidelização dos clientes, ao oferecerem experiências integradas e personalizadas.

Dessa forma, empreendimentos que se adaptam às exigências do consumidor contemporâneo, incorporando tendências tecnológicas e estratégias de atendimento multicanal, tendem a alcançar maior competitividade e sustentabilidade no mercado pet local. A capacidade de inovar, personalizar serviços e acompanhar as transformações do setor torna-se um diferencial estratégico para empresas que desejam se consolidar em um cenário cada vez mais dinâmico e exigente.

4.1.1 Descrição da empresa

O presente plano de negócios delinea a proposta de estabelecimento do Pet Shop Mundo Pet focado em “Bem-Estar Animal” na cidade de Chapecó, localizada no estado de Santa Catarina. O empreendimento se fundamenta nos pilares da inovação, do atendimento personalizado e da oferta de serviços modernos, visando suprir a crescente demanda do mercado pet local. A iniciativa busca proporcionar produtos de alta qualidade, serviços diferenciados e experiências singulares tanto para os tutores quanto para seus animais de estimação.

4.1.2 Elementos de Identificação Visual

A construção da identidade visual da marca Mundo Pet foi pensada para transmitir com clareza os valores essenciais do negócio: bem-estar animal, acolhimento, confiança e cuidado integral com os pets. A marca se posiciona no mercado de Chapecó como um espaço completo para animais de estimação, que vai além do comércio de produtos, oferecendo também serviços voltados à saúde, nutrição, higiene, estética e carinho.

4.1.2.1 Logo Conceitual

Figura 1 – Logomarca da Mundo Pet Chapecó



Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.1.2.2 Conceito Criativo

O nome “**Mundo Pet**” remete à ideia de um universo dedicado exclusivamente aos animais. O uso da palavra “mundo” comunica amplitude, completude e um compromisso com todas as áreas que envolvem o cuidado com os bichinhos. Essa amplitude foi a base para o desenvolvimento de um símbolo visual que representasse esse ecossistema do bem-estar animal.

4.1.2.3 Elementos Visuais do Logotipo

O logotipo é composto por um símbolo central que une de forma harmoniosa as silhuetas de um cão e um gato, principais representantes do público-alvo da marca. Ambos estão posicionados em um formato circular, remetendo ao planeta Terra – ou “mundo” – reforçando a ideia de inclusão e abrangência de serviços oferecidos. Esse círculo também transmite a ideia de proteção, acolhimento e ciclo contínuo de cuidado, que são pilares do atendimento da Mundo Pet. A tipografia utilizada no nome da marca possui traços arredondados e suaves, com excelente legibilidade, o que transmite empatia, profissionalismo e proximidade com o público.

4.1.2.4 Cores e Significados

A escolha das cores foi fundamentada em teorias da psicologia das cores no design de marcas voltadas ao setor pet:

- **Verde (#6DBE45):** Simboliza a natureza, equilíbrio, saúde e confiança. Essa cor reforça o compromisso da marca com o bem-estar animal e práticas mais conscientes.
- **Laranja (#F7941D):** Representa alegria, energia e estímulo à ação. É uma cor acolhedora que gera simpatia imediata, ideal para atrair tutores e criar vínculo afetivo.
- **Branco e Cinza Claro:** Utilizados como cores de apoio, contribuem para a limpeza visual e sensação de transparência, ética e clareza.

4.1.2.5 Slogan

A frase que acompanha o logotipo é:

“Seu pet merece o melhor do mundo — Mundo Pet.”

Este slogan foi criado para reforçar tanto o nome da marca quanto o compromisso com um atendimento de excelência. Ele agrega valor emocional, criando um vínculo entre o tutor e a marca através da promessa de oferecer um “mundo” de cuidados e carinho para seus animais. A combinação de elementos visuais acolhedores, linguagem afetiva e símbolo representativo resulta em uma marca sólida, memorável e com forte apelo emocional para o público pet lover.

4.1.3 Diretrizes Organizacionais

4.1.3.1 Missão

Oferecer soluções completas e humanizadas para o cuidado, bem-estar e saúde dos animais de estimação, proporcionando experiências positivas tanto para os pets quanto para seus tutores, com excelência no atendimento, estrutura moderna e equipe qualificada.

4.1.3.2 Visão

Ser referência no setor pet em Chapecó e região até 2027, reconhecida pela inovação nos serviços, qualidade no atendimento e compromisso com o bem-estar animal, sustentabilidade e confiança dos clientes.

4.1.3.3 Valores

Os valores que norteiam as operações e a cultura organizacional do Pet Shop Bem-Estar Animal são:

- **Amor e respeito pelos animais:** Todo atendimento parte do cuidado e da empatia pelos pets;
- **Ética e transparência:** Atuação responsável e íntegra com clientes, fornecedores e colaboradores;
- **Excelência no atendimento:** Atendimento humanizado e profissional, com foco na experiência do cliente;
- **Inovação contínua:** Busca constante por aprimoramento de serviços, tecnologias e estrutura;
- **Sustentabilidade:** Compromisso com práticas ambientais e sociais responsáveis.

4.1.3.4 Objetivos da empresa

A empresa Mundo Pet Chapecó tem como objetivo principal consolidar-se como referência no setor pet na cidade de Chapecó – SC e região, oferecendo serviços integrados e produtos de qualidade voltados ao bem-estar animal e à comodidade dos tutores. Diante do crescimento expressivo do mercado pet no Brasil, torna-se oportuno o desenvolvimento de um empreendimento que reúna, em um mesmo espaço, hotel pet, consultório veterinário, banho e tosa, recreação ao ar livre, loja de produtos e atendimento personalizado.

O objetivo geral da empresa é proporcionar uma experiência diferenciada e completa para os tutores e seus animais de estimação, valorizando o cuidado, a segurança e o conforto dos pets. Para alcançar tal propósito, a empresa estrutura-se em um modelo de negócio inovador, que combina conveniência, infraestrutura moderna e um time de profissionais capacitados.

Dentre os objetivos específicos da Mundo Pet Chapecó, destacam-se: (i) oferecer serviços especializados e de alta qualidade em estética e saúde animal; (ii) promover ações

voltadas ao bem-estar dos pets, por meio de ambientes planejados, seguros e acolhedores; (iii) fidelizar clientes por meio de um atendimento humanizado e eficiente; (iv) incorporar práticas sustentáveis na rotina operacional, minimizando impactos ambientais; e (v) fomentar parcerias com fornecedores e profissionais locais, gerando valor compartilhado e fortalecimento da economia regional.

Ao estruturar seus objetivos de forma clara e alinhada com sua missão e visão, a Mundo Pet Chapecó reafirma seu compromisso com a excelência, a responsabilidade social e a inovação no atendimento às demandas do público-alvo, construindo uma marca sólida e de confiança no mercado pet.

4.2 PLANO OPERACIONAL

O plano operacional da empresa Mundo Pet visa descrever, de forma clara e estruturada, como as atividades da empresa serão realizadas diariamente, assegurando a eficiência dos processos, o uso adequado dos recursos e o cumprimento dos objetivos estratégicos.

4.2.1 Descrição legal do negócio

A empresa Mundo Pet Chapecó será constituída sob a forma de sociedade empresária limitada (LTDA), com registro junto à Junta Comercial do Estado de Santa Catarina (JUCESC) e inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), em conformidade com o Código Civil Brasileiro (Lei nº 10.406/2002) e a Lei da Liberdade Econômica (Lei nº 13.874/2019). Sua sede estará localizada no município de Chapecó, Santa Catarina, em zona urbana com fácil acesso, próxima a centros residenciais e áreas de circulação comercial.

A atividade econômica principal da empresa será enquadrada no CNAE 96.09-2/08 – Atividades de serviços para animais de estimação, que abrange a prestação de serviços como banho, tosa, hospedagem, adestramento e recreação voltados aos animais domésticos. Já as atividades secundárias estarão associadas à comercialização de produtos do segmento pet, como rações, brinquedos, medicamentos, acessórios e itens de higiene, devidamente registradas sob o CNAE 47.89-0/04 – Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente. Essa combinação permite à empresa atuar de forma ampla no setor, unindo serviços especializados ao varejo de produtos pet.

Quanto ao regime tributário, a empresa optará inicialmente pelo Simples Nacional, regime simplificado previsto pela Lei Complementar nº 123/2006, adequado a micro e pequenas empresas, considerando os limites de faturamento, menor burocracia e unificação de tributos federais, estaduais e municipais.

A empresa obedecerá a todas as normas legais relativas à saúde animal, vigilância sanitária, licenciamento ambiental, legislação trabalhista e segurança no trabalho, sendo responsabilidade dos sócios manter atualizadas as obrigações legais, fiscais e administrativas. Também serão obtidas as autorizações exigidas pelos órgãos municipais, como a Licença de Funcionamento e o Alvará Sanitário, além da inscrição estadual para efeitos de ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços).

A constituição legal da Mundo Pet Chapecó representa a formalização de um empreendimento planejado para atuar com responsabilidade, legalidade e compromisso com a qualidade dos serviços prestados e o bem-estar animal.

4.2.2 Estruturação do negócio

No contexto específico de um pet shop a ser estabelecido em Chapecó, a estrutura proposta compreende uma loja física multifuncional, englobando uma área de vendas diversificada, um espaço dedicado a serviços de banho e tosa, um consultório veterinário para atendimento especializado e uma área de convivência destinada aos animais de estimação com hotel e creche pet.

O portfólio de produtos a ser ofertado abrange uma ampla gama de itens essenciais e acessórios, incluindo rações de diversas marcas e tipos, acessórios variados para pets, brinquedos que estimulam o bem-estar animal, medicamentos veterinários e itens de higiene para cuidados diários. Adicionalmente, o pet shop oferecerá serviços especializados, tais como banho e tosa realizados por profissionais qualificados, consultas veterinárias para a promoção da saúde animal, serviços de vacinação para a prevenção de doenças, hospedagem para animais de estimação e creche Pet.

As estratégias de marketing planejadas para o pet shop em Chapecó englobam uma forte presença digital, com o objetivo de alcançar um público mais amplo e engajado, o estabelecimento de parcerias estratégicas com Organizações Não Governamentais (ONGs) e clínicas veterinárias locais, a implementação de programas de fidelidade para recompensar clientes recorrentes e a realização de ações promocionais específicas em datas comemorativas relevantes para o setor pet.

4.2.3 Estrutura funcional

A estrutura funcional da empresa Mundo Pet Chapecó foi planejada com o objetivo de garantir eficiência operacional, fluidez no atendimento ao cliente e excelência nos serviços oferecidos aos animais. Segundo Maximiano (2020), a estrutura funcional é uma das formas mais tradicionais de organização, pois segmenta as atividades da empresa por especialidades, facilitando a coordenação e o controle das tarefas.

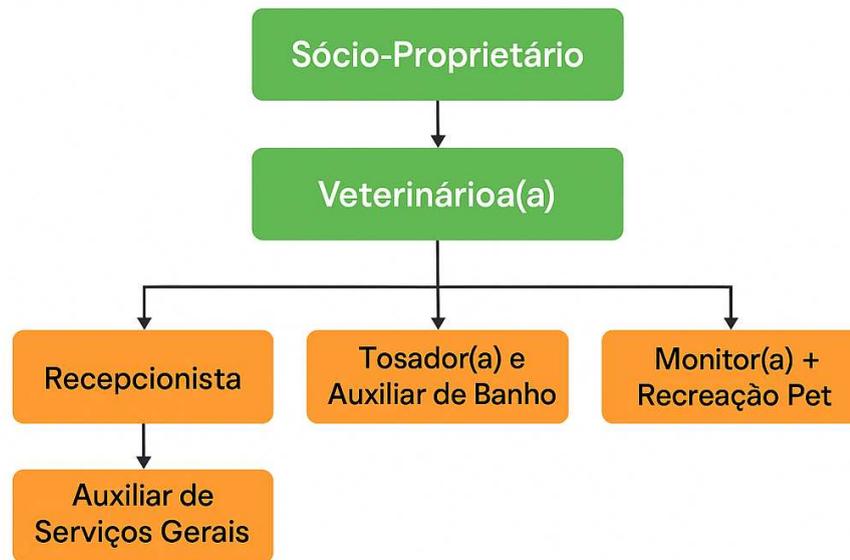
Dessa forma, a Mundo Pet Chapecó adota uma estrutura funcional vertical, na qual as responsabilidades estão claramente definidas por áreas. No topo da hierarquia está o sócio-proprietário, que acumula a função de gestor geral e responsável por tomadas de decisão estratégica, supervisão e controle financeiro. Abaixo dele, as funções são distribuídas em quatro principais áreas operacionais:

Quadro 1 – Estrutura funcional da empresa Mundo Pet Chapecó

Setor	Cargo	Responsabilidades
Direção	Sócio-Proprietário (Gestor Geral)	Gestão geral, planejamento estratégico e tomada de decisão
Atendimento	Recepcionista	Atendimento ao cliente, agendamento de serviços e controle de caixa
Atendimento e Higiene	Tosador(a) e Auxiliar de Banho	Execução dos procedimentos de higiene e estética animal
Saúde Animal	Veterinário(a)	Atendimento clínico, aplicação de vacinas e orientações de saúde animal
Recreação e Hospedagem	Monitor(a) de Recreação Pet	Atividades recreativas, cuidados comportamentais e supervisão durante a estadia
Serviços de Apoio	Auxiliar de Serviços Gerais	Limpeza e manutenção dos ambientes da loja, banho e tosa, e hotel

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Figura 2 – Organograma funcional da empresa Mundo Pet Chapecó



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Essa estrutura funcional permite que a empresa opere com agilidade, delegação clara de funções e foco na qualidade dos serviços. Conforme Chiavenato (2014), uma boa estrutura organizacional contribui para reduzir conflitos, evitar sobreposição de tarefas e aumentar a produtividade.

4.2.4 Descrição da estrutura física

A empresa Mundo Pet Chapecó conta com uma estrutura física planejada estrategicamente para garantir a qualidade dos serviços prestados, o conforto dos clientes e o bem-estar dos animais. Com área total de 300 metros quadrados, a edificação foi dividida em ambientes funcionais, interligados por corredores de acesso, respeitando os princípios de ergonomia, acessibilidade e higiene.

A entrada da empresa é composta por uma recepção moderna e acolhedora, com balcão de atendimento, poltronas para espera, climatização e espaço para exposição e venda de produtos pet. Esse ambiente cumpre a função de acolher o cliente e transmitir uma imagem positiva da marca.

Figura 3 – Fachada da loja Mundo Pet Chapecó



Fonte: elaborado pela autora com uso de inteligência artificial (2025).

O setor de serviços é composto por sala de banho e tosa, sala de secagem e consultório veterinário. A sala de banho e tosa possui bancadas, pias e armários com produtos específicos para higiene animal. A sala de secagem é equipada com sopradores e secadores adequados para garantir o conforto e a saúde dos animais após o banho. Já o consultório veterinário é um ambiente reservado, com equipamentos básicos para realização de consultas, aplicação de vacinas e primeiros socorros, mantendo a privacidade e segurança dos atendimentos clínicos.

Figura 4 – Sala de tosa e estética animal



Fonte: elaborado pela autora com uso de inteligência artificial (2025).

Figura 5 – Sala de secagem de pets



Fonte: elaborado pela autora com uso de inteligência artificial (2025).

Figura 6 – Consultório veterinário da Mundo Pet



Fonte: elaborado pela autora com uso de inteligência artificial (2025).

A empresa também dispõe de um hotel pet, com baias individuais, ventilação cruzada e isolamento acústico, proporcionando tranquilidade aos animais durante sua hospedagem. A estrutura do hotel é adequada para cães e gatos, com divisão entre espécies e supervisão constante.

Figura 7 – Setor de hotelaria pet



Fonte: Elaborado pela autora com uso de inteligência artificial (2025).

Para o entretenimento e bem-estar dos animais, há uma área externa de recreação, equipada com grama, areia, brinquedos, piscina rasa e cercado de proteção. Essa área é utilizada sob monitoramento profissional, com atividades recreativas que visam o estímulo físico e comportamental dos pets.

Figura 8 – Área externa de recreação pet



Fonte: elaborado pela autora com uso de inteligência artificial (2025).

O escritório administrativo é destinado ao sócio-proprietário e à equipe de gestão, contando com equipamentos de informática, arquivos, documentos e materiais de controle operacional e financeiro, neste ambiente que acontecem as atividades estratégicas da empresa.

Figura 9 – Escritório administrativo da empresa



Fonte: elaborado pela autora com uso de inteligência artificial (2025).

A estrutura ainda contempla dois banheiros, masculino e feminino, ambos adaptados para pessoas com deficiência (PCD), conforme a norma ABNT NBR 9050. Todos os ambientes foram distribuídos com corredores de circulação que facilitam o deslocamento de clientes, funcionários e animais, garantindo acessibilidade e fluxo interno eficiente.

Dessa forma, a estrutura física da Mundo Pet Chapecó foi desenvolvida com foco na funcionalidade, segurança e conforto, atendendo às exigências legais e contribuindo para a prestação de um serviço de excelência no setor pet.

4.2.5 Capacidade operacional

A capacidade estimada dos serviços oferecidos pela Mundo Pet Chapecó está detalhada na Tabela 1, considerando a estrutura física instalada, a equipe disponível e o fluxo operacional diário.

Tabela 1 – Capacidade operacional dos serviços oferecidos

Serviço	Capacidade Diária
Banho e tosa	Até 55 animais
Consultas veterinárias	Até 8 consultas
Hotel pet	20 vagas fixas (diárias)
Creche e recreação diurna	Até 15 animais por período

Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.2.6 Funcionamento

O funcionamento ocorrerá de segunda a sábado, das 08h às 18h. O atendimento será feito mediante agendamento digital ou presencial. O fluxo dos serviços será controlado por sistema próprio de gestão, que integrará cadastro dos animais, controle de vacinas, agendamentos, serviços prestados e histórico do cliente.

4.2.7 Recursos humanos

A equipe de trabalho será composta conforme especificado na Tabela 2, contemplando as funções essenciais ao funcionamento eficiente da loja Mundo Pet:

Tabela 2 – Composição da equipe de trabalho e funções atribuídas

Cargo	Quantidade	Descrição das funções
Recepcionista	1	Atendimento ao cliente, controle de agenda e caixa
Tosador(a)	2	Realiza corte, tosa e escovação dos animais
Auxiliar de banho	2	Auxilia no banho, secagem e preparo dos pets
Veterinário(a)	1	Atende consultas clínicas, vacinação e primeiros socorros
Monitor de creche e hotel pet	2	Monitora os animais durante a hospedagem e realiza atividades relacionadas a creche pet
Gestor/proprietário	1	Responsável pela gestão geral, compras e controle financeiro
Auxiliar geral	1	Executa tarefas de apoio, limpeza e organização

Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.2.8 Equipamentos e materiais

Serão utilizados equipamentos adequados para banho, tosa, atendimento veterinário e recreação. Os produtos serão adquiridos de fornecedores locais e nacionais com reposição quando necessário, e cada item contará com controle de estoque por código.

4.2.9 Logística e controle

O estoque será armazenado em espaço anexo ao espaço físico da empresa, com ventilação e controle de temperatura. A reposição será programada conforme a média de consumo semanal. O controle de entrada e saída de animais será feito por sistema e fichas individuais, garantindo rastreabilidade dos atendimentos.

4.2.10 Canais de comunicação

A definição dos canais de comunicação é um elemento estratégico essencial para o sucesso da Mundo Pet Chapecó, pois determina de que forma a empresa se relaciona com seus clientes, promove a fidelização e consolida sua marca no mercado. Conforme Kotler e

Keller (2012), a comunicação de marketing deve ser integrada, ou seja, combinar diferentes meios, sendo eles, tradicionais e digitais, de forma coerente e complementar, garantindo a consistência das mensagens e a efetividade no alcance do público-alvo.

No contexto brasileiro, a adoção de uma estratégia multicanal é indispensável, considerando os hábitos de consumo de mídia da população. Dados da TIC Domicílios (2023) revelam que 92% dos usuários de internet utilizam aplicativos de mensagens, sendo o WhatsApp a plataforma mais popular. Isso reforça a importância de canais ágeis, personalizados e acessíveis, que favoreçam tanto a captação quanto a retenção de clientes em um mercado cada vez mais competitivo e digitalizado.

Dentre os canais utilizados pela Mundo Pet Chapecó, destacam-se as redes sociais, o WhatsApp Business, o site institucional com e-commerce, a rádio local, a panfletagem física e as parcerias com influenciadores. Essa abordagem multicanal proporciona ampla visibilidade, engajamento com o público-alvo e conveniência no atendimento, promovendo uma experiência integrada entre os ambientes físico e digital. A seguir, apresenta-se o quadro com os principais canais de comunicação da empresa:

Quadro 2 – Canais de Comunicação da Mundo Pet Chapecó

Canal	Objetivo Principal	Tipo de Canal	Frequência	Ferramenta
Instagram	Engajamento visual e relacionamento	Digital (rede social)	Diária	Instagram Insights
Facebook	Divulgação de conteúdo e promoções	Digital (rede social)	Diária	Meta Business Suite
TikTok	Alcance de público jovem	Digital (rede social)	Semanal	Meta Business Suite
WhatsApp Business	Atendimento, agendamento e suporte	Digital (mensagens)	Diária	WhatsApp Business
Site/e-commerce	Vitrine institucional e vendas online	Digital (web)	Permanente	Google Analytics e SEO
Rádio local	Divulgação de campanhas e eventos	Tradicional (rádio)	Campanhas sazonais	Contrato com emissoras
Panfletagem	Reforço local e marca de bairro	Tradicional (impresso)	Eventual (eventos)	Fornecedor local
Micro Influenciadores	Prova social e engajamento com seguidores	Digital (influencer)	Mensal	Instagram e TikTok

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

4.2.11 Terceirização

A parte contábil será terceirizada para uma empresa de contabilidade, esta será responsável inicialmente pelo processo de legalização da empresa, realizando os registros de CNPJ, inscrição municipal e estadual, entre outros, e também auxiliará mensalmente nos itens: pró-labore, nota fiscal, impostos e folha de pagamento.

4.2.12 Sustentabilidade e Responsabilidade Social

A sustentabilidade e a responsabilidade social são pilares fundamentais no modelo de gestão da Mundo Pet. Em consonância com os princípios da Agenda ESG (Environmental, Social and Governance), o empreendimento adota práticas voltadas à preservação ambiental, ao bem-estar coletivo e à ética nas relações com clientes, colaboradores e a comunidade. Conforme afirma Elkington (1998), o desenvolvimento sustentável só é possível quando há equilíbrio entre os aspectos econômicos, ambientais e sociais de uma organização.

Na esfera ambiental, a empresa busca minimizar impactos por meio da gestão consciente dos resíduos sólidos, promovendo o descarte correto de embalagens, produtos químicos e materiais de higiene animal. O pet shop utilizará fornecedores que adotam práticas sustentáveis na produção de seus insumos e dará preferência a marcas que atuam com ingredientes naturais, embalagens biodegradáveis ou recicláveis. Internamente, serão adotadas ações como o uso racional de água nos processos de banho e limpeza, instalação de arejadores em torneiras e campanhas de redução do consumo de energia elétrica, com iluminação em LED e ventilação natural em parte da estrutura.

Além disso, a Mundo Pet pretende implementar, em médio prazo, um programa de reciclagem de embalagens de ração e produtos plásticos, com incentivo ao cliente que realizar o retorno desses materiais ao estabelecimento. Essa iniciativa visa não apenas à redução do volume de resíduos, mas também à conscientização dos tutores quanto ao papel ambiental de cada consumidor.

No âmbito social, a empresa se compromete com ações de responsabilidade comunitária e bem-estar animal, como apoio a ONGs e protetores independentes de Chapecó, realização de feiras de adoção, campanhas de castração solidária em parceria com clínicas veterinárias e doações de alimentos e medicamentos para animais resgatados. Essas ações

estão em consonância com os valores éticos da empresa, que entende que o cuidado com os animais deve estar integrado ao cuidado com a sociedade e a promoção da cidadania.

No relacionamento com seus colaboradores, a Mundo Pet promoverá valorização da diversidade, equidade salarial e condições dignas de trabalho, com treinamentos periódicos, incentivo ao desenvolvimento profissional e bem-estar no ambiente laboral. A cultura organizacional será baseada na empatia, no respeito às diferenças e na escuta ativa, buscando construir um ambiente acolhedor e motivador.

Todas essas ações refletem o compromisso da empresa com os princípios da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), entendida como um conjunto de políticas e práticas que vão além das obrigações legais e que contribuem para uma sociedade mais justa e ambientalmente equilibrada (ASSAF NETO, 2012).

A adoção desses compromissos sustentáveis não apenas reforça a identidade da marca como uma empresa ética e consciente, mas também gera valor para os clientes, cada vez mais atentos ao posicionamento social e ambiental das organizações que escolhem consumir. Assim, sustentabilidade e responsabilidade social são não apenas uma escolha estratégica, mas parte da essência do negócio da Mundo Pet.

4.3 PLANO DE MARKETING

4.3.1 Análise de Mercado

Compreender o mercado é um dos pilares fundamentais para a construção de um plano de negócios sólido e viável. A análise de mercado não apenas posiciona a empresa dentro de um contexto competitivo, mas oferece insights valiosos sobre o comportamento do consumidor, as tendências que movem o setor e os desafios que devem ser enfrentados. No caso da Mundo Pet Chapecó, esse estudo se mostra ainda mais relevante, uma vez que o segmento pet no Brasil vive um momento de expansão contínua, impulsionado por mudanças culturais profundas, como a humanização dos animais de estimação.

O setor pet brasileiro destaca-se como um dos maiores do mundo em termos de faturamento e expansão. Segundo dados do Instituto Pet Brasil (2024), o mercado pet nacional ultrapassou a marca de R\$ 75 bilhões, com o segmento de alimentação respondendo por mais de 50% desse montante. O Brasil ocupa atualmente a terceira posição no ranking global do setor, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e da China. Esses números evidenciam não apenas o vigor econômico da área, mas também uma mudança sociocultural

significativa: os animais de estimação passaram a ser considerados membros da família em muitos lares brasileiros. Essa transformação no perfil do consumidor, analisada por autores como Kotler e Keller (2012), influencia diretamente a demanda por serviços especializados, produtos premium, soluções voltadas à saúde e bem-estar animal, bem como canais de atendimento cada vez mais personalizados e humanizados.

Essa realidade nacional também se reflete em Santa Catarina, estado cuja economia diversificada e o poder aquisitivo superior à média nacional favorecem o crescimento do setor pet. Segundo dados da Junta Comercial de Santa Catarina (JUCESC), observou-se um crescimento expressivo no número de clínicas veterinárias, pet shops e empresas do ramo entre os anos de 2022 e 2024, impulsionado por consumidores que priorizam atendimento humanizado, conveniência e qualidade dos serviços.

No município de Chapecó, principal polo econômico do Oeste Catarinense, esse cenário é igualmente promissor. Com uma população urbana em constante expansão e um perfil de consumo cada vez mais exigente e segmentado, a cidade apresenta um ambiente altamente favorável para a instalação de empreendimentos inovadores. A proposta da Mundo Pet Chapecó alinha-se a essa tendência ao integrar, em um único espaço, comercialização de produtos, serviços veterinários, banho e tosa, hotel e creche pet, além de entregas em domicílio, atendendo à demanda por praticidade, qualidade e cuidado especializado com os animais de estimação.

A análise de mercado, nesse contexto, vai além da simples coleta de dados: ela constitui uma ferramenta estratégica essencial para compreender o cenário competitivo local e nacional, antecipar tendências, mapear o comportamento do consumidor e identificar lacunas ainda não exploradas pelo setor. Em Chapecó, a pesquisa de campo realizada junto aos tutores de animais de estimação reforça essa perspectiva, ao revelar que a maioria dos respondentes realiza compras mensais, valoriza a conveniência de comprar online com entrega em domicílio e demonstra interesse por serviços personalizados, como planos de fidelidade e retirada dos animais em casa.

Essas preferências de consumo corroboram a abordagem de Solomon (2016), que ressalta a importância da experiência de compra e da conveniência como elementos centrais na construção do valor percebido pelo cliente. Assim, compreender essas demandas específicas permite que o modelo de negócio da Mundo Pet Chapecó se diferencie ao oferecer soluções integradas e alinhadas às expectativas do público local.

Além de mapear o tamanho do mercado, suas tendências e a disposição do consumidor, a análise de mercado também revela as barreiras de entrada que precisam ser

superadas. No caso do setor pet, essas barreiras incluem a forte concorrência de grandes marketplaces, a complexidade da legislação para serviços de saúde animal, o custo inicial elevado com infraestrutura e mão de obra especializada, além da necessidade de diferenciação e fidelização em um setor sensível ao preço. Tais desafios exigem preparo técnico, planejamento financeiro e estratégias de marketing bem definidas, elementos que só podem ser eficazmente estruturados com base em uma análise de mercado criteriosa e atualizada.

Portanto, incluir uma análise de mercado dentro do plano de negócios da Mundo Pet Chapecó é mais do que uma exigência metodológica — é uma ferramenta decisiva para orientar a tomada de decisões, mitigar riscos e garantir a aderência do empreendimento às expectativas e necessidades do público local. É por meio desse estudo que se constrói uma proposta de valor coerente com o momento do setor e alinhada com os anseios dos tutores chapecoenses. Ao integrar dados estatísticos, comportamento do consumidor e tendências de inovação, a Mundo Pet se posiciona não apenas como uma empresa, mas como uma solução completa para o bem-estar animal, com potencial real de crescimento e consolidação no mercado regional.

4.3.2 Análise do Público-alvo

A definição do público-alvo é um passo essencial para a construção de estratégias de marketing e comunicação assertivas, garantindo que a empresa atenda às reais necessidades do consumidor. Segundo Kotler e Keller (2012), conhecer profundamente o cliente permite alinhar o produto, o atendimento e a divulgação à expectativa do mercado, aumentando as chances de fidelização e sucesso.

A partir da pesquisa de mercado realizada com 139 pessoas residentes em Chapecó – SC, por meio da aplicação de um questionário online via Google Forms, foi possível obter informações relevantes sobre os hábitos de consumo, preferências, comportamentos e valores do público interessado em produtos e serviços voltados aos cuidados com animais de estimação.

A amostra apresentou predominância de mulheres (81,3%) e revelou um público majoritariamente jovem, sendo 41% entre 18 e 24 anos e 33,8% entre 25 e 34 anos. Essa faixa etária representa consumidores digitalmente ativos, abertos à inovação e com forte presença nas redes sociais, o que influencia diretamente suas decisões de compra.

Com relação à renda familiar, observou-se que 54% dos respondentes possuem rendimento mensal entre R\$4.237,00 e R\$14.120,00, indicando uma capacidade de consumo

situada nas faixas de classe média e média-alta. Esses dados são consistentes com o padrão de gastos do setor pet no Brasil, que, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET, 2024), apresentou crescimento contínuo nos últimos anos, impulsionado pelo processo de humanização dos animais, que passaram a ser considerados membros da família e destinatários de cuidados cada vez mais personalizados.

A pesquisa mostrou ainda que 98,5% dos participantes possuem ao menos um animal de estimação, com destaque para cães e gatos, sendo comum a presença de dois ou mais animais por domicílio. Em termos de comportamento de compra, 62% afirmaram adquirir produtos pet com frequência semanal ou mensal, o que demonstra uma demanda estável e recorrente por itens como rações, petiscos, brinquedos e produtos de higiene. A escolha dos canais de compra também revela um consumidor versátil, que frequenta tanto pet shops físicos quanto supermercados e plataformas online. Esse padrão confirma a importância de estratégias omnichannel e da integração entre o ambiente físico e digital.

O levantamento indicou que 80,6% dos respondentes utilizam serviços como banho, tosa ou consulta veterinária, com frequência mensal ou sob demanda. Isso evidencia uma forte valorização dos cuidados com a saúde e bem-estar animal, abrindo espaço para a oferta de pacotes personalizados, programas de fidelidade e planos de assinatura de serviços. Além disso, 71,9% das pessoas demonstraram interesse em agendar atendimentos via site ou aplicativo, e 86,3% comprariam produtos com entrega em domicílio, o que reforça a necessidade de incorporar soluções tecnológicas ao modelo de negócio. Vale destacar que 97,1% dos entrevistados afirmaram que recomendariam um pet shop com atendimento humanizado e serviços inovadores, evidenciando que o fator emocional e a qualidade no relacionamento com o cliente são decisivos na escolha do estabelecimento.

Considerando esse conjunto de informações, conclui-se que o público-alvo da Mundo Pet é composto, em sua maioria, por mulheres jovens, economicamente ativas, conectadas às redes sociais e sensíveis ao bem-estar animal. Esse perfil exige uma proposta de valor baseada em conveniência, qualidade e atendimento personalizado. As estratégias da empresa devem priorizar a presença digital, a eficiência no agendamento de serviços, a comodidade da entrega de produtos e o envolvimento com causas sociais, como ações de adoção e apoio a ONGs, aspectos que fortalecem a identidade da marca e geram valor afetivo junto aos tutores.

A análise do público-alvo confirma a aderência da proposta de negócio da Mundo Pet ao mercado local de Chapecó. Os dados coletados indicam um ambiente receptivo a soluções inovadoras e especializado no cuidado com os animais, sendo esse um nicho promissor, em

constante crescimento e capaz de proporcionar retorno econômico sustentável ao empreendimento.

4.3.3 Análise da Concorrência

O mercado pet em Chapecó apresenta significativa diversidade de concorrentes, tanto diretos quanto indiretos, atuando com diferentes níveis de estrutura e especialização em produtos e serviços. Dentre os principais concorrentes diretos, destacam-se sete estabelecimentos locais. Esses negócios estão majoritariamente concentrados nas regiões central e sul da cidade e oferecem, de forma parcial ou integrada, produtos como rações, acessórios, medicamentos, além de serviços básicos como banho, tosa e atendimento veterinário.

Chapecó é considerada um polo econômico regional do oeste catarinense, com população estimada em 250.000 habitantes (IBGE, 2022). A relevância do setor pet na cidade é evidenciada pela realização de eventos como o Pet Summit 2024, sediado no Centro de Cultura e Eventos Plínio Arlindo de Nês, o que demonstra o engajamento local com o segmento e a potencialidade de consumo.

Entretanto, o crescimento do setor também intensifica a concorrência. Redes de abrangência nacional como Petz e Cobasi têm expandido sua atuação por todo o país. Segundo reportagem publicada pela Forbes Brasil (2024), a fusão entre Petz e Cobasi deve formar uma companhia com mais de R\$7 bilhões em faturamento anual e 500 unidades físicas, o que pressiona negócios locais a encontrarem nichos e diferenciais para se manterem competitivos.

Outro fator relevante é o aumento expressivo de microempreendedores individuais (MEIs) no setor. De acordo com o Instituto Pet Brasil (2024), no primeiro semestre de 2024 foram abertas 5.893 novas empresas de serviços de higiene e estética animal, das quais mais de 90% são classificadas como MEIs. Essa proliferação amplia a oferta de serviços, gera maior competição por preço e reforça a necessidade de diferenciação estratégica para pet shops com estrutura física.

Em levantamento amostral realizado com base em dados de perfis no Google Maps e Instagram (junho de 2025), verificou-se que os preços médios praticados em Chapecó para serviços de banho variam entre R\$ 50,00 e R\$ 90,00 para cães de pequeno porte, podendo chegar a R\$ 200,00 em tosas de cães de grande porte com pelagem longa. Esses valores estão

de acordo com as médias nacionais publicadas por plataformas como o Cronoshare (2024), o que indica que os preços locais são competitivos.

Apesar da concorrência consolidada, a presença digital dos concorrentes locais ainda é limitada. A maioria dos pet shops da cidade possui perfis no Instagram com baixo alcance (entre 200 e 5.000 seguidores), baixo engajamento e ausência de estratégias digitais consistentes. Em contraste, grandes redes como a Petz superam os 200 mil seguidores e operam com estratégias multicanais, marketing estruturado, e-commerce e programas de fidelização. Essa lacuna representa uma oportunidade clara para a Mundo Pet se destacar com atuação digital eficiente.

Além disso, muitos concorrentes locais oferecem serviços de forma isolada, sem integração entre loja, clínica, banho e hotel. A proposta da Mundo Pet consiste em oferecer um ecossistema completo, que abrange loja física e digital, banho e tosa, creche, hotel, atendimento veterinário, retirada e entrega domiciliar, fidelização e atendimento humanizado. Essa abordagem está em conformidade com os princípios de criação de valor em serviços, conforme defendem Kotler e Keller (2012), ao integrar múltiplos canais de contato e ampliar a experiência do consumidor.

No exercício de benchmarking, observou-se que redes como Cobasi, Petz e Petlove adotam práticas modernas como programas de assinatura, cashback, CRM integrado, marketing de causa, campanhas com influenciadores e suporte omnichannel. A adaptação dessas estratégias para o contexto de Chapecó fortalece a proposta de diferenciação da Mundo Pet e viabiliza sua consolidação como marca referência em atendimento pet completo, moderno e acessível.

Dessa forma, embora o cenário competitivo local seja forte, a Mundo Pet possui condições claras de diferenciação e inovação, tanto em presença digital quanto na oferta de serviços integrados, alinhando-se às expectativas apontadas na pesquisa de mercado aplicada com moradores de Chapecó (2025), na qual se destacaram como critérios prioritários para os consumidores a confiança, o cuidado com os animais, a conveniência e a variedade de serviços em um só lugar.

4.3.4 Benchmarking Estratégico

O benchmarking é uma ferramenta estratégica amplamente utilizada na administração para analisar e comparar o desempenho de uma organização com o de seus concorrentes, a fim de identificar boas práticas, oportunidades de melhoria e vantagens competitivas.

Segundo Camp (1993), considerado o criador do conceito, benchmarking consiste em um processo contínuo de medição e comparação de produtos, serviços e práticas empresariais com os líderes do mercado, visando aprimorar os próprios processos internos.

No contexto do Mundo Pet Chapecó, a aplicação do benchmarking estratégico foi fundamental para compreender o posicionamento da empresa frente aos principais concorrentes locais, bem como frente às grandes redes do setor pet. A análise a seguir apresenta uma comparação entre a Mundo Pet e três concorrentes relevantes do município de Chapecó – SC: identificados como concorrentes x, y e z. Os critérios selecionados consideram aspectos essenciais de competitividade, como presença digital, serviços oferecidos, atendimento, integração de canais e inovação.

Quadro 3 – Benchmarking entre a Mundo Pet Chapecó e concorrentes locais

Critérios	Mundo Pet Chapecó	Empresa X	Empresa Y	Empresa Z
Presença Digital	Ativa: Instagram, WhatsApp e site institucional	Ativa no Instagram, mas sem site	Instagram com boa frequência de postagens	Perfil no Instagram ativo
Serviços Integrados	Sim: loja, clínica, banho/tosa, creche e hotel	Oferece banho/tosa e loja física	Veterinária e banho/tosa	Loja física com banho/tosa
E-commerce	Sim, com pedidos online e vitrine digital	Não possui e-commerce	Não possui e-commerce	Não possui
Programa de Fidelidade	Sim, com pacotes e planos para fidelização	Não informado	Não possui	Não informado
Atendimento Humanizado	Sim, atendimento personalizado e monitorado	Atendimento padrão	Atendimento clínico humanizado	Atendimento simpático
Marketing com Influenciadores	Sim, com influenciadores locais segmentados	Não utiliza	Pouco utilizado	Não utiliza influenciadores

Agendamento Online	Sim, via WhatsApp e formulário no site	Agendamento por telefone	Aceita agendamento por WhatsApp	Agendamento via WhatsApp
Retirada e Entrega Domiciliar	Sim, com frota e logística própria	Não oferece	Entrega de medicamentos em alguns casos	Não oferece entrega
CRM e Omnichannel	Em implementação (integração com canais digitais)	Não implementado	Não possui sistema CRM	Não possui CRM

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Observa-se que, embora os concorrentes locais ofereçam serviços relevantes no setor pet, a presença digital limitada, a ausência de e-commerce e a não integração de canais representam lacunas estratégicas. A Mundo Pet Chapecó se destaca por oferecer um portfólio de soluções integradas e presença digital ativa, posicionando-se de forma diferenciada no mercado. Esse diagnóstico reforça a viabilidade da proposta de valor e indica oportunidades claras de liderança regional no segmento.

4.3.5 Análise de Swot

A análise SWOT é uma ferramenta clássica da administração estratégica, amplamente utilizada para identificar os principais fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças) que influenciam o desempenho de uma organização. Seu principal objetivo é permitir que a empresa formule estratégias que potencializam suas forças e oportunidades, ao mesmo tempo em que mitiguem suas fraquezas e ameaças (Oliveira, 2012).

Segundo Chiavenato e Sapiro (2003), a análise SWOT proporciona uma compreensão abrangente do ambiente competitivo e interno da organização, sendo essencial para o desenvolvimento de planos estratégicos sólidos e coerentes com o mercado em que atua. Para Maximiano (2012), trata-se de uma ferramenta gerencial que apoia a tomada de decisão ao permitir a identificação e análise de variáveis-chave que impactam diretamente o negócio.

Kotler e Keller (2012) complementam afirmando que a matriz SWOT deve ser aplicada de forma dinâmica e contínua, acompanhando as mudanças do mercado, as transformações tecnológicas e o comportamento do consumidor. No setor pet, especialmente

em cidades de médio porte como Chapecó, sua aplicação torna-se ainda mais relevante diante da intensificação da concorrência e da elevação das exigências do público consumidor, que busca não apenas produtos, mas também serviços personalizados, bem-estar animal e experiências de atendimento diferenciadas. Abaixo, segue a matriz SWOT com a identificação das principais variáveis que afetam o negócio Mundo Pet em Chapecó:

Quadro 4 – Identificação das variáveis do ambiente externo e interno

AMBIENTE EXTERNO			
	Descrição	Peso	
AMEAÇAS	A	Entrada de grandes redes como Petz e Cobasi	4
	B	Concorrência de preços	2
	C	Mudanças na renda da população podem afetar gastos com pets.	1
	D	Mudanças econômicas que afetem o consumo não essencial	1
OPORTUNIDADES	E	Crescimento do setor pet no Brasil e na região sul	4
	F	Demanda por serviços especializados e integrados	2
	G	Carência de presença digital entre concorrentes locais	2
	H	Crescente humanização dos Pets, maior disposição para gastos.	1
AMBIENTE INTERNO			
FRAQUEZAS	I	Marca nova no mercado sem histórico consolidado	4
	J	Alta dependência de investimento inicial e divulgação contínua	2
	K	Equipe inicial reduzida em relação à diversidade de serviços	2
	L	Necessidade de forte esforço de fidelização	1
FORÇAS	M	Variedade de serviços integrados	1
	N	Localização estratégica com alta circulação e visibilidade.	4
	O	Atendimento humanizado e capacitado	4
	P	Identidade visual e presença digital estratégica	2

Legenda

Muito Importante		4 pontos
Importante		2 pontos
Pouco Importante		1 ponto

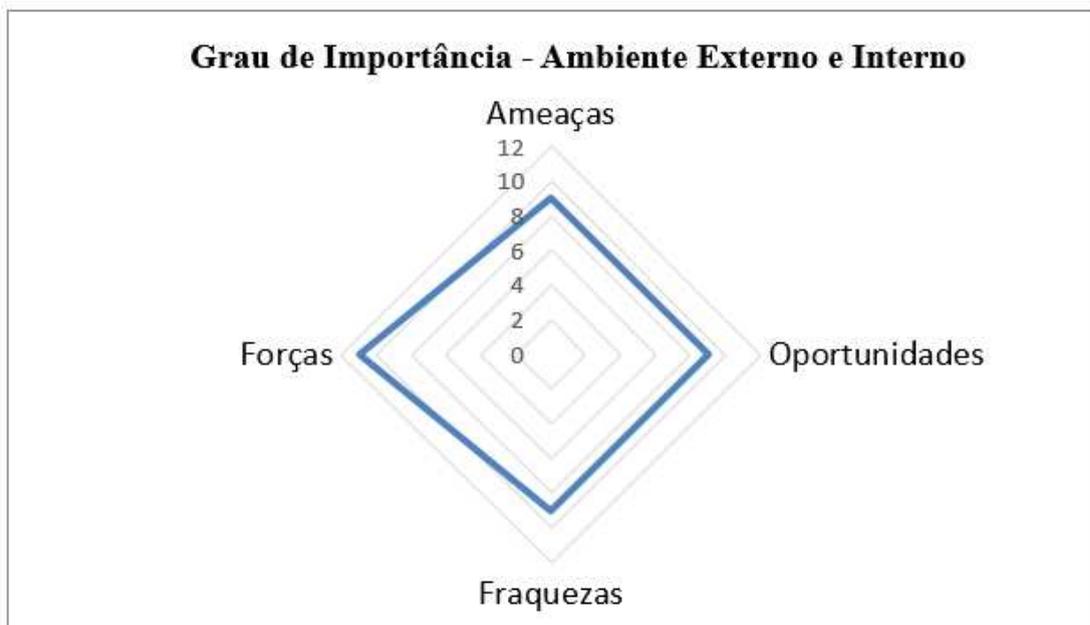
Fonte: elaborado pela autora (2025).

Quadro 5 – Da Matriz Swot

MATRIZ SWOT			AMBIENTE EXTERNO										
			Ameaças					Sub-total	Oportunidades				Sub-total
			A	B	C	D	E		F	G	H		
			4	2	1	1	4	2	2	1			
AMBIENTE INTERNO	Fraquezas	I	4	4	6	5	5	20	8	6	6	5	25
		J	2	6	4	3	3	16	6	4	4	3	17
		K	2	6	4	3	3	16	6	4	4	3	17
		L	1	5	3	2	2	12	5	3	3	2	13
	Sub-total			21	17	13	13	64	25	17	17	13	72
	Forças	M	1	5	3	2	2	12	5	3	3	2	13
		N	4	8	6	5	5	24	8	6	6	5	25
		O	4	8	6	5	5	24	8	6	6	5	25
		P	2	6	4	3	3	16	6	4	4	3	17
	Sub-total			27	19	15	15	76	27	19	19	15	80

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Figura 10 – Gráfico das dimensões do ambiente Externo e Interno



Fonte: elaborado pela autora (2025).

A Mundo Pet parte de uma posição estratégica vantajosa, com forte estrutura de serviços e equipe qualificada. Entretanto, enfrenta desafios relacionados ao custo operacional e à necessidade de consolidação da marca. O ambiente externo é favorável, com expansão do setor pet e abertura para inovação, mas exige atenção constante às variações econômicas e ao aumento da concorrência local.

A análise SWOT serve como base para decisões táticas e estratégicas, ajudando a potencializar os pontos fortes, corrigir as fraquezas, aproveitar as oportunidades e minimizar as ameaças.

4.3.6 Estratégia de marketing (8 p's)

O conceito dos 4Ps do marketing – Produto, Preço, Praça e Promoção – foi originalmente proposto por McCarthy (1960) e amplamente difundido por Kotler e Keller (2012) como a base do composto de marketing tradicional. No entanto, diante da crescente relevância do setor de serviços, esse modelo foi considerado insuficiente para lidar com as especificidades da intangibilidade, inseparabilidade e variabilidade características dos serviços.

Para suprir essas lacunas, Booms e Bitner (1981) ampliaram o modelo dos 4Ps para 7Ps, incluindo os elementos Pessoas, Processos e Evidência Física (Palpabilidade). Esses componentes visam representar fatores-chave da experiência do cliente nos serviços, como o atendimento, a organização do serviço prestado e os elementos tangíveis que comunicam qualidade e confiança.

Posteriormente, autores como Lovelock e Wright (2006) e Churchill e Peter (2012) passaram a incluir um 8º P: Produtividade ou Performance, com foco na mensuração de resultados, eficiência e retorno sobre o investimento em marketing. Esse elemento é particularmente útil em ambientes competitivos e digitais, onde o monitoramento de indicadores (KPIs) é essencial.

No caso da Mundo Pet Chapecó, que oferece não apenas produtos, mas também serviços como banho, tosa, hotel pet e consultório veterinário, o uso dos 8Ps do marketing de serviços é essencial para estruturar ações estratégicas integradas, promover uma experiência diferenciada e garantir a fidelização do cliente em um mercado cada vez mais competitivo.

Quadro 6 – Estratégias de Marketing segundo os 8Ps da Mundo Pet Chapecó

Elemento	Aplicação na Mundo Pet Chapecó
Produto	Rações (simples, premium e super premium), petiscos, brinquedos, roupinhas, medicamentos, cama, casinha, bebedouro, comedouro, tapetes, anti pulgas, serviços de banho, tosa, hotel, creche e atendimento veterinário
Preço	Política de preços competitiva com base em benchmarking local. Ofertas sazonais, combos promocionais e programas de fidelidade com cashback

Praça	Loja física com 300m2 em ponto estratégico de Chapecó, estacionamento próprio, delivery local e e-commerce com logística própria
Promoção	Campanhas digitais em redes sociais (Instagram, Facebook), parcerias com ONGs e influenciadores locais, panfletagem em eventos pet e ações promocionais com sorteios e descontos
Pessoas	Equipe treinada, atendimento humanizado e endomarketing. Seguimento das boas práticas de experiência do consumidor
Processos	Uso de sistema CRM, agendamento digital, envio de lembretes e atendimento integrado
Palpabilidade	Ambiente humanizado e acolhedor, fachada com identidade visual verde e laranja, vitrines atrativas e layout interno organizado
Produtividade	Indicadores como CAC, LTV e NPS são utilizados para otimizar resultados. Análise contínua das campanhas e ajuste de estratégias conforme desempenho

Fonte: elaborado pela autora (2025).

A adoção da estratégia dos 8Ps do marketing de serviços permite uma abordagem integrada e centrada no cliente, aspecto fundamental para o sucesso da Mundo Pet Chapecó. Segundo o Sebrae (2024), empresas que adotam práticas de gestão orientadas ao consumidor, com uso de indicadores como CAC (Custo de Aquisição de Cliente) e LTV (Lifetime Value), apresentam aumento de até 40% na retenção de clientes, além de melhorias significativas na experiência de consumo.

Na prática, os 8Ps direcionam todas as decisões estratégicas da empresa — desde a composição do mix de produtos (variedade, qualidade e personalização), até o posicionamento de marca, estratégias de preço, distribuição e ações promocionais. A pesquisa de mercado realizada em Chapecó (2025) evidenciou que os consumidores valorizam conveniência, confiança e atendimento humanizado, elementos que se conectam diretamente às dimensões de Pessoas, Processos e Palpabilidade, componentes que ampliam o valor percebido nos serviços.

Além disso, a utilização de ferramentas digitais, como agendamento online, CRM e produção de conteúdo de valor nas redes sociais, fortalece o relacionamento com o público, aumenta o engajamento e contribui para a consolidação de uma marca sólida e confiável.

De acordo com Solomon (2016), o comportamento do consumidor contemporâneo é fortemente influenciado pela experiência de consumo e pela construção simbólica da marca.

Nesse sentido, um plano de marketing fundamentado nos 8Ps não apenas orienta as ações de lançamento e operação do Mundo Pet Chapecó, mas também sustenta sua diferenciação competitiva e crescimento no longo prazo. Quando bem executada, essa estratégia é capaz de integrar valor, inovação e relacionamento, estabelecendo uma vantagem sustentável em um mercado dinâmico e competitivo.

4.3.7 Orçamento de Marketing

O orçamento de marketing é uma ferramenta essencial para o planejamento estratégico de qualquer empresa, especialmente em mercados competitivos como o setor pet. Ele permite estabelecer metas claras, prever gastos e mensurar o retorno sobre o investimento (ROI) em ações promocionais, garantindo que os recursos sejam alocados de forma eficiente e coerente com os objetivos do negócio.

Segundo Kotler e Keller (2012), o marketing eficaz exige não apenas criatividade, mas também planejamento estruturado e controle de investimentos. Um orçamento bem elaborado orienta a empresa sobre onde investir, quais canais priorizar e como equilibrar as ações de curto e longo prazo. Além disso, auxilia na tomada de decisão e evita desperdícios financeiros com campanhas ineficazes.

No caso da Mundo Pet Chapecó, o orçamento de marketing permite organizar os investimentos em publicidade digital, mídia tradicional, parcerias locais e ações promocionais, proporcionando maior visibilidade à marca e fortalecimento do relacionamento com o público-alvo. Assim, o planejamento orçamentário torna-se um diferencial competitivo, viabilizando o crescimento sustentável da empresa no mercado regional.

Tabela 3 – Orçamento de Marketing da Mundo Pet Chapecó

Canal de Divulgação	Investimento Mensal (R\$)	Investimento Anual (R\$)
Rádio – Super Condá / Condá FM	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00
Panfletagem porta-a-porta	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Impressão de panfletos	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Brindes promocionais	R\$ 250,00	R\$ 3.000,00
Ads (Meta, Google, TikTok)	R\$ 1.400,00	R\$ 16.800,00
Influenciadores pet locais	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00

Agência de marketing digital	R\$ 1.500,00	R\$ 18.000,00
Reserva técnica (imprevistos)	R\$ 250,00	R\$ 3.000,00
Total Geral	R\$ 5.000,00	R\$ 60.000,00

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Observa-se que a maior parte do orçamento está concentrada em estratégias de marketing digital e produção de conteúdo, com destaque para anúncios pagos (Meta, Google, TikTok) e gestão de redes sociais por agência especializada. Essa distribuição está alinhada com o comportamento do consumidor identificado na pesquisa de mercado, que valoriza conveniência, engajamento digital e atendimento ágil. O equilíbrio entre mídias tradicionais, influenciadores locais e ações presenciais (como panfletagem e brindes) reforça a proposta omnichannel da empresa e amplia seu alcance regional de forma consistente e estratégica.

4.3.8 Métricas e avaliação de resultados

As métricas de desempenho (KPIs) são ferramentas fundamentais para avaliar os resultados das estratégias de marketing e orientar a tomada de decisões. Segundo Kotler e Keller (2012), a mensuração adequada dos esforços de marketing permite ajustes contínuos e melhoria dos resultados. No contexto da Mundo Pet Chapecó, a definição e o acompanhamento de indicadores-chave de performance garantem que os investimentos estejam alinhados com os objetivos do negócio.

Indicadores como o aumento de vendas, o retorno sobre o investimento (ROI), o tráfego no Instagram e o engajamento nas redes sociais são cruciais para mensurar a eficiência das campanhas e o impacto no comportamento do consumidor. Esses indicadores serão acompanhados com frequência definida e utilizando ferramentas de análise de mercado e performance digital. A aplicação adequada dessas métricas no plano de negócios contribui diretamente para a sustentabilidade e crescimento da empresa no mercado pet.

Tabela 4 – Métricas e Avaliação de Resultados

Indicador (KPI)	Descrição	Meta Inicial	Frequência	Fonte / Ferramenta
Aumento de Vendas	Percentual de crescimento do faturamento mensal	+10% a partir da inauguração	Mensal	Sistema de PDV / DRE

ROI de Campanhas	Retorno financeiro sobre o investimento em marketing	$ROI \geq 200\%$	Trimestral	Cálculo ROI = $(\text{Lucro} - \text{Investimento}) \div \text{Investimento}$
Tráfego no Instagram	Número de visitas únicas e alcance de publicações	3.000 visitas/mês	Semanal	Instagram Insights
Engajamento nas Redes Sociais	Curtidas, comentários, compartilhamentos, salvamentos	Taxa de engajamento $\geq 5\%$	Semanal	Meta Business Suite
Taxa de Conversão de Sorteios	Porcentagem de participantes que efetuarem compra ou visita	$\geq 10\%$ de conversão	Após campanha	Links rastreáveis / Cupons
NPS (Net Promoter Score)	Grau de recomendação espontânea da marca pelos clientes	$NPS \geq 60$	Semestral	Formulário de feedback / WhatsApp

Fonte: elaborado pela autora (2025).

A utilização sistemática dessas métricas permitirá à Mundo Pet Chapecó acompanhar o desempenho de suas estratégias, identificar pontos de ajuste e promover a melhoria contínua do relacionamento com o público. O monitoramento eficaz dos indicadores contribui diretamente para a sustentabilidade do negócio e para a construção de uma marca sólida no mercado pet regional.

4.4 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é uma das etapas mais relevantes de um plano de negócios, pois permite avaliar a viabilidade econômica da empresa, estimar custos, prever receitas e estruturar o retorno do investimento. Conforme explica Dornelas (2020, p. 85), “o planejamento financeiro funciona como um guia que orienta o empreendedor a tomar decisões fundamentadas, minimizando riscos e aumentando as chances de sucesso do empreendimento”.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2024), muitos empreendimentos encerram suas atividades nos primeiros anos não

por falta de inovação ou demanda, mas pela ausência de controle financeiro. Ao mapear custos fixos e variáveis, calcular o ponto de equilíbrio, prever o capital de giro e projetar o fluxo de caixa, o plano financeiro permite antecipar desafios e tomar decisões estratégicas que garantem a sustentabilidade do negócio.

Além de guiar a gestão operacional, o plano financeiro é decisivo na captação de recursos. Conforme apontam Hisrich, Peters e Shepherd (2009), investidores avaliam não apenas a proposta de valor e o mercado-alvo, mas principalmente a estrutura financeira, pois ela demonstra a sustentabilidade e a escalabilidade da empresa. A apresentação clara de indicadores como margem de contribuição, retorno sobre investimento (ROI), ponto de equilíbrio e payback são diferenciais competitivos relevantes.

Assim, o plano financeiro torna-se não apenas um instrumento técnico, mas um componente estratégico indispensável para a longevidade do empreendimento. A seguir, são apresentados os principais elementos financeiros da empresa Mundo Pet Chapecó: investimento inicial, despesas fixas, capital de giro, custos variáveis, projeção de receitas, demonstração de resultados, fluxo de caixa e ponto de equilíbrio.

4.4.1 Investimento Inicial em Móveis e Equipamentos

O investimento inicial da Mundo Pet Chapecó abrange os bens essenciais para o início seguro e eficiente das operações, em conformidade com as exigências legais e sanitárias. Foram considerados todos os setores da planta: Recepção, Banho e Tosa, Sala de Secagem, Hotel Pet, Consultório Veterinário, Escritório Administrativo e Área Externa de Recreação.

A escolha de equipamentos e móveis baseou-se na capacidade de atendimento projetada (20 baias no hotel, 15 vagas na creche por turno, 55 banhos com tosa higiênica, 14 tosas completas e 8 consultas veterinárias diárias), bem como nas exigências técnicas de órgãos reguladores como CRMV (Conselho Regional de Medicina Veterinária), Vigilância Sanitária e Corpo de Bombeiros. A cotação foi realizada com fornecedores reais e ativos, priorizando o melhor custo-benefício por item.

O valor total do investimento foi categorizado por grupo contábil de ativo imobilizado, seguindo a Instrução Normativa SRF nº 162/1998 e o Pronunciamento Técnico CPC 27. A depreciação, calculada pelo método linear, considerou a vida útil de cada grupo de ativos conforme práticas contábeis do setor, com valor residual nulo, conforme permitido pelo CPC 27.

4.4.2 Investimento em Ativo Imobilizado

O investimento inicial da Mundo Pet Chapecó contempla os bens permanentes necessários à estrutura física e operacional da empresa, classificados como ativos imobilizados. Esses ativos incluem mobiliário, equipamentos, máquinas, informática e itens estruturais, sendo adquiridos conforme a capacidade projetada de atendimento e as exigências legais e sanitárias. Todos os itens foram cotados junto a fornecedores reais, com valores atualizados entre maio e junho de 2025. Para fins contábeis, será aplicada a depreciação linear conforme a vida útil de cada bem, em atendimento às normas do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC 27).

Tabela 5 – Distribuição dos Investimentos por Grupo Contábil

Grupo Contábil	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)	Total Investido (R\$)
Móveis e Utensílios	R\$952,65	R\$79,38	R\$9.526,50
Equipamentos	R\$2.915,26	R\$242,90	R\$24.744,05
Instalações	R\$2.956,45	R\$246,34	R\$35.664,25
Informática	R\$4.352,68	R\$362,72	R\$21.763,40
Consumo/Outros	R\$0,00	R\$0,00	R\$6.491,25
Total	R\$11.177,04	R\$931,34	R\$98.189,45

Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.4.3 Despesas Pré-Operacionais

As despesas pré-operacionais incluem valores aplicados antes da abertura oficial da empresa, em itens que não são classificados como bens permanentes. Entre esses gastos, destacam-se os equipamentos de proteção individual (EPIs), materiais de limpeza, expediente e uma reserva técnica para imprevistos. Esses valores podem ser amortizados contabilmente, mas não sofrem depreciação, pois não compõem o ativo imobilizado.

Tabela 6 – Despesas pré-operacionais

Natureza	Valor (R\$)
Equipamentos (EPIs)	R\$ 2.100,00
Material Operacional (limpeza e expediente)	R\$ 700,00
Reserva Técnica	R\$ 2.941,25
TOTAL	R\$ 5.741,25

Fonte: elaborado pela autora (2025).

A Tabela a seguir apresenta os equipamentos, móveis e ativos de tecnologia adquiridos, com seus respectivos valores, grupo de ativo, vida útil, depreciação anual e mensal, com os custos estimados com infraestrutura física, tais como instalação elétrica, sistema hidráulico, climatização, iluminação e piso, fundamentais para adequação do espaço à legislação vigente. Por fim, foi adicionada uma reserva técnica de aproximadamente 4% sobre o total investido, destinada à cobertura de manutenção preventiva e imprevistos operacionais no primeiro ano de funcionamento. O investimento em móveis e equipamentos necessários para o início das atividades da empresa, somando todos os itens, foi de R\$98.189,45.

Tabela 7 – Técnica consolidada do investimento inicial em móveis e equipamentos

Setor	Item	Qtde.	Valor Unitário (R\$)	Montagem Unit. (R\$)	Frete (R\$)	Total (R\$) com frete e montagem	Grupo Contábil	Vida Útil (anos)	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Recepção	Balcão de atendimento frontal em MDF com tampo de vidro	1	R\$1.200,00	R\$ 54,00	R\$ 90,00	R\$ 1.344,00	Móveis e Utensílios	10	R\$ 134,40	R\$11,20
Recepção	Poltronas de espera estofadas (courino)	4	R\$400,00	R\$ 15,00	R\$ 25,00	R\$ 1.685,00	Móveis e Utensílios	10	R\$168,50	R\$14,04
Recepção	Expositores verticais com prateleiras de vidro	4	R\$750,00	R\$28,50	R\$47,50	R\$3.161,50	Móveis e Utensílios	10	R\$316,15	R\$26,34
Recepção	Gôndolas centrais para exposição	4	R\$800,00	R\$24,00	R\$40,00	R\$3.336,00	Móveis e Utensílios	10	R\$333,6	R\$27,8
Recepção	Computador com software de gestão pet	2	R\$3.500,00	R\$105,00	R\$175,00	R\$7.385,00	Informática	5	R\$1.477,00	R\$123,08
Recepção	Cadeira ergonômica de computador	2	R\$480,00	R\$14,40	R\$24,00	R\$1012,80	Informática	5	R\$202,56	R\$16,88
Consultório Veterinário	Computador com software de gestão pet	1	R\$3.500,00	R\$105,00	R\$175,00	R\$3.780,00	Informática	5	R\$756,00	R\$ 63,00
Consultório Veterinário	Conjunto executivo com mesa e cadeira	1	R\$1.200,00	R\$36,00	R\$60,00	R\$1.296,00	Informática	5	R\$259,20	R\$21,60

Consultório Veterinário	Cadeira ergonômica de computador	2	R\$480,00	R\$14,40	R\$24,00	R\$1012,80	Informática	5	R\$202,56	R\$16,88
Consultório Veterinário	Mesa inox com regulagem	1	R\$1.000,00	R\$48,00	R\$80,00	R\$1.128,00	Equipamentos	10	R\$112,80	R\$9,4
Consultório Veterinário	Armário vertical com tranca	1	R\$1.000,00	R\$30,00	R\$50,00	R\$1.080,00	Equipamentos	10	R\$108,00	R\$9,00
Consultório Veterinário	Balança digital 150kg	1	R\$850,00	R\$25,50	R\$42,50	R\$918,00	Equipamentos	10	R\$91,80	R\$7,65
Consultório Veterinário	Luminária clínica LED	1	R\$450,00	R\$13,50	R\$22,50	R\$486,00	Equipamentos	10	R\$48,60	R\$4,05
Consultório Veterinário	Geladeira de vacinas (120L)	1	R\$1.300,00	R\$60,00	R\$100,00	R\$1.460,00	Equipamentos	10	R\$146,00	R\$12,16
Consultório Veterinário	Autoclave 21L	1	R\$1.800,00	R\$90,00	R\$150,00	R\$2.040,00	Equipamentos	10	R\$204,00	R\$17,00
Banho e Tosa	Bancada de alvenaria revestida	2	R\$1.300,00	R\$39,00	R\$65,00	R\$2.743,00	Equipamentos	8	R\$342,875	R\$28,57
Banho e Tosa	Pia inox com aquecedor e torneira articulada	2	R\$950,00	R\$28,50	R\$47,50	R\$2.004,05	Equipamentos	8	R\$250,56	R\$20,88
Banho e Tosa	Kit com soprador e secador silencioso	2	R\$2.000,00	R\$60,00	R\$100,00	R\$4.220,00	Equipamentos	8	R\$527,50	R\$ 43,95

Banho e Tosa	Máquinas de tosa com ajuste de altura	2	R\$2.200,00	R\$66,00	R\$110,00	R\$4.642,00	Equipamentos	8	R\$580,25	R\$48,35
Hotel Pet	Baias galvanizadas com divisórias removíveis	20	R\$200,00	R\$36,00	R\$60,00	R\$4.780,00	Instalações	10	R\$478,00	R\$39,83
Hotel Pet	Camas ortopédicas impermeáveis	0	R\$100,00	R\$9,60	R\$16,00	R\$2.208,00	Instalações	10	R\$220,80	R\$18,40
Hotel Pet	Suportes inox elevados anti formiga	0	R\$30,00	R\$3,30	R\$5,50	R\$671,5	Instalações	10	R\$67,15	R\$5,59
Hotel Pet	Câmeras IP visão noturna		R\$750,00	R\$22,50	R\$37,50	R\$1.582,25	Instalações	10	R\$158,25	R\$13,18
Área Externa (creche Pet)	Piscina de fibra com rampa		R\$1.400,00	R\$42,00	R\$70,00	R\$1.512,00	Instalações	10	R\$151,20	R\$12,60
Área Externa (creche Pet)	Kit com túneis e brinquedos	0	R\$180,00	R\$5,40	R\$9,00	R\$1.863,00	Instalações	10	R\$186,3	R\$15,52
Área Externa (creche Pet)	Cerca metálica com pintura eletrostática		R\$950,00	R\$8,50	R\$47,50	R\$1.026,00	Instalações	10	R\$102,60	R\$8,55
Área Externa (creche Pet)	Suportes inox elevados anti formiga	0	R\$30,00	R\$3,30	R\$5,50	R\$671,5	Instalações	10	R\$67,15	R\$5,59

Escritório	Conjunto executivo com mesa e cadeira	1	R\$1.200,00	R\$36,00	R\$60,00	R\$1.296,00	Informática	5	R\$259,20	R\$21,60
Escritório	Cadeira ergonômica de computador	2	R\$480,00	R\$14,40	R\$24,00	R\$1.012,80	Informática	5	R\$202,56	R\$16,88
Escritório	Computador com software de gestão pet	1	R\$3.500,00	R\$105,00	R\$175,00	R\$3.780,00	Informática	5	R\$756,00	R\$63,00
Escritório	Impressora multifuncional Wi-Fi	1	R\$1.100,00	R\$33,00	R\$55,00	R\$1.188,00	Informática	5	R\$237,60	R\$19,80
Infraestrutura	Instalação elétrica comercial completa	1	R\$3.500,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 3.500,00	Instalações	15	R\$233,33	R\$19,44
Infraestrutura	Instalação hidráulica	1	R\$2.800,00	R\$ -	R\$ -	R\$2.800,00	Instalações	15	R\$186,67	R\$15,56
Infraestrutura	Revestimento de piso cerâmico	1	R\$7.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$7.000,00	Instalações	15	R\$466,67	R\$38,89
Infraestrutura	Sistema de climatização	2	R\$2.500,00	R\$ -	R\$ -	R\$5.000,00	Instalações	15	R\$333,33	R\$27,78
Segurança	Extintores de incêndio	4	R\$250,00	R\$ -	R\$ -	R\$1.000,00	Instalações	10	R\$100,00	R\$ 8,33
Segurança	Sistema de alarme com sensores e sirene	1	R\$1.600,00	R\$ -	R\$ -	R\$1.600,00	Instalações	10	R\$ 160,00	R\$13,33

Segurança	Placas de emergência e iluminação de saída	6	R\$75,00	R\$ -	R\$ -	R\$450,00	Instalações	10	R\$ 45,00	R\$3,75
Equipamentos	Kits de EPI para banho e tosa	4	R\$150,00	R\$ -	R\$ -	R\$600,00	Utensílios Operacionais	4	R\$ -	R\$ -
Equipamentos	Uniformes para recepção, creche e hotel pet	9	R\$250,00	R\$ -	R\$ -	R\$2.250,00	Utensílios Operacionais	4	R\$ -	R\$ -
Secagem	Secadores verticais com controle de temperatura	2	R\$1.100,00	R\$33,00	R\$55,00	R\$2.321,00	Equipamentos	8	R\$ 290,12	R\$ 24,17
Secagem	Grades metálicas com travas para contenção	4	R\$400,00	R\$18,00	R\$30,00	R\$1.702,00	Equipamentos	8	R\$ 212,75	R\$ 17,72
Material Operacional	Kit limpeza	1	R\$450,00	R\$ -	R\$ -	R\$450,00	Consumo Imediato	1	R\$ -	R\$ -
Material Operacional	Kit de expediente	1	R\$250,00	R\$ -	R\$ -	R\$250,00	Consumo Imediato	1	R\$ -	R\$ -
Reserva Técnica	Reserva para instalação e manutenção preventiva (5%)	1	R\$2.941,25	R\$ -	R\$ -	R\$ 2.941,25	Provisão	1	R\$ -	R\$ -
-	TOTAL:	172	R\$58.346,25	R\$1246,80	R\$2.078,00	R\$ 98.189,45	-	-	R\$11.177,04	R\$ 931,34

Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.4.3.1 Análise da Depreciação dos Investimentos

A depreciação é um procedimento contábil que distribui o valor de aquisição dos ativos imobilizados ao longo de sua vida útil. Além de refletir a perda de valor dos bens com o tempo, contribui para o planejamento tributário e o cálculo do ponto de equilíbrio do negócio.

Tabela 8 – Depreciação por Grupo Contábil

Grupo Contábil	Depreciação Anual (R\$)
Móveis e Utensílios	R\$ 952,65
Equipamentos	R\$ 2.915,26
Máquinas e Instalações	R\$ 2.956,45
Informática	R\$ 4.352,68
TOTAL	R\$ 11.177,04

Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.4.3.2 Alocação do Investimento por Setor Funcional

A distribuição dos recursos por setor funcional permite avaliar o foco dos investimentos conforme a finalidade de uso de cada ambiente. Essa análise é estratégica para identificar a proporcionalidade aplicada e sustentar a coerência entre o layout físico e o planejamento financeiro da Mundo Pet Chapecó, o restante do valor corresponde a estruturação geral e questões de segurança.

Tabela 9: Investimento por Setor Funcional

Setor Funcional	Investimento Total (R\$)
Recepção	R\$ 17.924,30
Banho e Tosa	R\$ 13.609,05
Sala de Secagem	R\$ 4.023,00
Hotel Pet	R\$ 9.241,75
Consultório Veterinário	R\$ 13.200,80
Área Externa	R\$ 5.072,50
TOTAL	R\$ 63.071,40

Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.4.4 Investimento Inicial Total

Segundo o SEBRAE (2023), o investimento inicial compreende todos os recursos necessários para viabilizar o início das atividades da empresa até que ela alcance sua estabilidade financeira. Esse valor inclui estrutura física, equipamentos, estoque inicial, licenças, marketing e capital de giro. A recomendação prática para micro e pequenas empresas é manter uma reserva de capital de giro equivalente a três meses de custos fixos operacionais, o que permite suportar oscilações de receita no início das atividades (RIBEIRO, 2021).

O investimento inicial da empresa Mundo Pet Chapecó contempla todos os recursos necessários para o início das atividades de forma segura, eficiente e em conformidade com as exigências legais, sanitárias e de mercado. A seguir, apresenta-se a Tabela 10 com a discriminação dos valores por categoria, incluindo infraestrutura, tecnologia, licenciamento, estoque e capital de giro.

Tabela 10 – Investimento inicial total

Item	Descrição/Fornecedor	Valor (R\$)
Aluguel	Contrato de locação em Chapecó	R\$ 10.000,00
Reforma e Fachada	Orçamento local com mão de obra e materiais	R\$ 10.000,00
Sistema de Gestão Pet Shop	Pet Shop Control	R\$ 2.400,00
Marketing inicial	Conforme orçamento de marketing	R\$ 5.000,00
Licenciamento	Alvará, Vigilância Sanitária, CREA – Prefeitura Chapecó	R\$ 1.910,00
Contabilidade Terceirizada	Escritório Contábil Prisma	R\$ 3.588,00
Abertura contábil + consultoria jurídica	Serviços jurídicos e contábeis iniciais	R\$ 1.500,00
Energia Elétrica	CELESC – estimativa mensal	R\$ 1.800,00
Água	CASAN – estimativa mensal	R\$ 1.000,00
Internet e Telefone	Plano empresarial – estimativa mensal	R\$ 300,00
Móveis e Equipamentos	Diversos fornecedores com frete e montagem	R\$ 98.189,45
Estoque Inicial	Diversos fornecedores com CNPJ ativo	R\$ 50.102,50
Capital de Giro (3 meses)	Provisão baseada em custos reais mensais	R\$ 278.531,61

Reserva de Emergência	Perdas, inadimplência, imprevistos	R\$ 20.000,00
-	Investimento inicial total	R\$484.321,56

Fonte: elaborado pela autora (2025).

O investimento inicial da empresa Mundo Pet Chapecó foi projetado de forma estratégica para garantir o pleno funcionamento do negócio desde sua inauguração, atendendo às exigências legais, operacionais e mercadológicas do setor pet. A Tabela 10 apresenta a composição detalhada dos aportes financeiros necessários, totalizando R\$484.321,56 incluindo capital de giro e reserva de emergência.

O valor investido em móveis, equipamentos, infraestrutura e segurança no geral representa o maior montante individual, somando R\$98.189,45, sendo justificado pela necessidade de infraestrutura completa e especializada para a prestação de serviços como banho e tosa, hotel pet e consultório veterinário. Este montante contempla também os custos com frete e montagem, fundamentais para garantir a operação imediata dos ambientes planejados.

Em seguida, destaca-se o investimento em estoque inicial, no valor de R\$50.102,50, proveniente de fornecedores locais renomados no mercado Pet com CNPJ ativo, que assegura a variedade e qualidade dos produtos ofertados, como rações, petiscos, acessórios, brinquedos, itens de higiene e medicamentos.

O capital de giro, estimado em R\$278.531,61, foi calculado com base na soma das despesas fixas mensais da operação multiplicada por três meses, incluindo salários com encargos, aluguel, energia, água, internet, serviços terceirizados, contabilidade, entre outros. Este valor garante a estabilidade financeira nos primeiros meses da empresa, permitindo que a receita prevista se consolide antes de comprometer o fluxo de caixa.

Os valores destinados a reforma e fachada (R\$10.000,00) e marketing inicial (R\$5.000,00) foram previstos para consolidar a identidade visual da marca Mundo Pet Chapecó e fortalecer sua presença no mercado regional, com investimento em redes sociais, placas comerciais e materiais gráficos.

Além disso, despesas como sistema de gestão (R\$ 2.400,00), licenciamento (R\$ 1.910,00), consultoria jurídica e contábil (R\$ 1.500,00), e honorários de contabilidade (R\$ 3.588,00) demonstram o cuidado com a legalidade, organização interna e compliance fiscal desde o início das operações.

Por fim, a empresa definiu uma reserva de emergência de R\$20.000,00, destinada a cobrir possíveis perdas com inadimplência, oscilações de demanda ou despesas não previstas,

reforçando a sustentabilidade financeira e a capacidade de adaptação do negócio frente a imprevistos.

Essa estrutura de investimento inicial evidencia o planejamento minucioso da Mundo Pet Chapecó, assegurando recursos adequados para instalação, operação e consolidação no mercado. A abordagem conservadora no capital de giro e a alocação estratégica dos recursos tornam o negócio viável e preparado para enfrentar os desafios do mercado competitivo.

4.4.5 Capital de Giro

O capital de giro corresponde ao montante necessário para garantir a continuidade das operações da empresa nos primeiros meses de funcionamento, cobrindo despesas fixas e operacionais enquanto o fluxo de receitas ainda não se estabiliza. Para a empresa Mundo Pet Chapecó, optou-se por uma provisão para 3 meses de operação, com base em todos os custos fixos mensais efetivamente estimados no plano financeiro.

Tabela 11 – Despesas Fixas Mensais Estimadas

Item	Valor (R\$)
Aluguel	R\$ 10.000,00
Energia elétrica	R\$ 1.800,00
Água	R\$ 1.000,00
Internet e telefone	R\$ 300,00
Contabilidade	R\$ 299,00
Sistema Pet Shop Control	R\$ 200,00
Marketing contínuo	R\$ 5.000,00
Salários + Encargos trabalhistas	R\$ 74.244,87
Total	R\$ 92.843,87

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Com base nessas despesas fixas mensais, calcula-se o capital de giro necessário para 3 meses, sendo assim:

$$\text{Capital de Giro} = \text{Despesas Fixas Mensais} \times 3 \text{ meses iniciais de operação}$$

$$\text{R\$92.843,87} \times 3 \text{ meses} = \text{R\$278.531,61.}$$

Esse valor representa o montante ideal para assegurar a operação segura e estável do empreendimento durante os primeiros três meses, sem dependência imediata da receita. Trata-se de uma estimativa conservadora, que garante cobertura para salários, encargos,

utilidades, aluguel, marketing e serviços terceirizados. A reserva emergencial de R\$20.000,00 permanece como um fundo de apoio para inadimplência, perdas e imprevistos pontuais.

4.4.6 Fontes de Financiamento

Com base no investimento inicial total de R\$ 484.321,56, calculado a partir da soma dos ativos imobilizados, despesas pré-operacionais, estoque inicial, capital de giro (três meses) e reserva de emergência, definiu-se a seguinte estrutura de financiamento:

O valor de R\$145.296,47 será disponibilizado pelo sócio fundador sendo equivalente a 30% do investimento inicial total, que utilizará recursos próprios para cobrir parte das despesas iniciais, especialmente relacionadas à reforma do espaço físico, marketing, licenças, despesas com contabilidade e parte do capital de giro.

Os R\$339.025,09 equivalentes aos 70% restantes do investimento inicial total serão financiados por meio de uma das linhas de crédito empresariais disponíveis no mercado. Para isso, foram realizadas simulações em cinco instituições: Caixa Econômica Federal, Sicredi, Sicoob, Banco do Brasil (Pronampe/FGI) e BNDES (via TJLP). Todas as simulações foram baseadas em parcelamento de 36 meses, sem carência inicial, com taxas de juros praticadas em junho de 2025.

Tabela 12 – Comparativo de Fontes de Financiamento

Instituição / Linha	Taxa Mensal	Parcela (36x)	Juros Totais (R\$)	Custo Final Financiado (R\$)
BNDES – TJLP	0,70% a.m.	R\$ 10.686,48	R\$ 45.688,36	R\$ 384.713,45
Sicredi – Capital de Giro	1,20% a.m.	R\$ 12.167,79	R\$ 98.000,29	R\$ 437.025,38
Sicoob – Capital de Giro	1,40% a.m.	R\$ 12.563,63	R\$ 113.861,59	R\$ 452.886,68
Banco do Brasil – Pronampe/FGI	1,75% a.m.	R\$ 13.239,22	R\$ 137.583,75	R\$ 476.608,84
Caixa Econômica – Giro PJ	1,69% a.m.	R\$ 13.108,84	R\$ 131.884,13	R\$ 470.909,22

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Com base nos dados analisados, o financiamento pelo BNDES via TJLP representa a opção mais econômica e segura, com juros baixos e parcelas acessíveis. No entanto, caso haja necessidade de rapidez na liberação de crédito, o Sicredi surge como uma alternativa viável com burocracia reduzida e custo intermediário.

O valor financiado impactará diretamente nas projeções financeiras da empresa, especialmente na Demonstração de Resultados (DRE), pois os encargos financeiros serão considerados como despesas fixas mensais a partir da ativação do empreendimento. Para o restante das projeções foi considerado que o investidor optou pelo financiamento por meio do BNDES via TJLP considerando a menor taxa de juros e o melhor custo benefício para a empresa.

4.4.7 Custos Variáveis

Os custos variáveis representam os gastos diretamente proporcionais à quantidade de produtos vendidos, impactando diretamente na formação do preço de venda e na margem de lucro real da empresa. Para o catálogo de produtos da Mundo Pet Chapecó, foram considerados os seguintes elementos como custos variáveis unitários: frete, embalagem, taxa da máquina de cartão, perdas e impostos (simples nacional).

Todos esses elementos foram somados para compor o custo variável total unitário. A partir dele, subtraindo-se o valor de aquisição (preço de custo) e os custos variáveis do preço final de venda com ICMS, obteve-se o lucro unitário real, e em seguida a margem líquida em valores absolutos e percentuais. Essa metodologia garante uma precificação coerente com a realidade de micro e pequenas empresas do setor pet, assegurando rentabilidade e viabilidade financeira.

Tabela 13 – Parâmetros dos Custos Variáveis Utilizados

Custo Variável	Cálculo Aplicado	Justificativa Técnica
Frete	5% sobre o preço de custo	Estimativa média de frete para compras interestaduais
Embalagem	R\$ 1,00 por unidade	Custos com sacos, etiquetas e embalagem padronizada
Taxa de Cartão	2% sobre o preço final com ICMS	Tarifa média de operadoras de pagamento

Perdas	1% sobre o preço final com ICMS	Estimativa de perda por vencimento/avaria
Simples Nacional	8% sobre o preço final com ICMS	Alíquota do Anexo I – Comércio (faixa 4)

Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.4.8 Catálogo de Produtos – Mundo Pet Chapecó

A construção do catálogo de produtos da empresa Mundo Pet Chapecó foi realizada com base em três pilares estratégicos: a análise do perfil de consumo dos tutores da região, as tendências atuais do setor pet no Brasil e a diferenciação frente à concorrência local. A pesquisa de mercado aplicada entre abril e maio de 2025 em Chapecó (SC) demonstrou uma demanda clara por diversidade, qualidade e preço justo nos produtos destinados a cães, gatos e espécies não convencionais.

Segundo a Euromonitor International (2023), há uma crescente valorização de produtos naturais, funcionais e personalizados no mercado pet, acompanhando a tendência global de humanização dos animais. A Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação – Abinpet (2024) corrobora essa análise ao destacar o aumento do consumo de snacks saudáveis, brinquedos interativos, suplementos, rações especiais e itens de bem-estar emocional.

Com base nessas diretrizes, o portfólio da Mundo Pet Chapecó foi ampliado e hoje contempla categorias econômicas, premium e super premium em rações secas e úmidas, petiscos, medicamentos, shampoos naturais, brinquedos, moda pet, itens personalizados, produtos para peixes, aves, répteis e acessórios inteligentes.

A Tabela 14 apresenta o catálogo de produtos da Mundo Pet Chapecó com a composição completa dos custos variáveis, estrutura de precificação e margem de lucro real. Com base nas quantidades iniciais projetadas, o investimento total necessário em estoque é de R\$50.102,50, distribuído em 903 unidades de produtos.

Tabela 14 – Catálogo de Produtos Completo com Custos variáveis e precificação

Produto	Qtd. Inicial	Preço Final c/ ICMS	CMS (4,12%)	Preço Venda s/ ICMS	Preço de Custo	Tributo Simples (R\$)	Custo Frete (R\$)	Custo Embalagem (R\$)	Custo Taxa Cartão (R\$)	Custo Perda (R\$)	Custo Variável Total (R\$)	Margem de lucro bruto (R\$)	Compras Total
Ração Birbo 15kg	25	198.67	7.86	190.81	136.29	15.89	6.81	1.0	3.97	1.99	29.67	32.71	3407.25
Ração GranPlus 15kg	20	270.91	10.72	260.19	185.85	21.67	9.29	1.0	5.42	2.71	40.09	44.97	3717.0
Ração Royal Canin 7.5kg	10	397.33	15.72	381.61	272.58	31.79	13.63	1.0	7.95	3.97	58.34	66.41	2725.8
Bifinho Magnus	30	27.08	1.07	26.01	18.58	2.17	0.93	1.0	0.54	0.27	4.91	3.59	557.4
Snack Golden Fórmula	25	45.14	1.79	43.36	30.97	3.61	1.55	1.0	0.9	0.45	7.51	6.66	774.25
Snack Funcional Organnact	15	72.24	2.86	69.38	49.56	5.78	2.48	1.0	1.44	0.72	11.42	11.26	743.4
Shampoo Sanol 500ml	20	21.68	0.86	20.82	14.87	1.73	0.74	1.0	0.43	0.22	4.13	2.68	297.4

Shampoo Soft Care 500ml	20	45.14	1.79	43.36	30.97	3.61	1.55	1.0	0.9	0.45	7.51	6.66	619.4
Shampoo Pet Society 1L	10	75.86	3.0	72.86	52.04	6.07	2.6	1.0	1.52	0.76	11.95	11.87	520.4
Pulgoff Spray 200ml	20	63.21	2.5	60.7	43.36	5.06	2.17	1.0	1.26	0.63	10.12	9.73	867.2
Coleira Leevre	15	153.51	6.07	147.43	105.31	12.28	5.27	1.0	3.07	1.54	23.15	25.05	1579.65
Vermífugo Top Dog	30	45.14	1.79	43.36	30.97	3.61	1.55	1.0	0.9	0.45	7.51	6.66	929.1
Coleira Nylon Simples	20	18.06	0.71	17.35	12.39	1.44	0.62	1.0	0.36	0.18	3.61	2.06	247.8
Coleira Estampada Pet	20	36.12	1.43	34.69	24.78	2.89	1.24	1.0	0.72	0.36	6.21	5.13	495.6
Coleira Seresto	15	225.77	8.93	216.83	154.88	18.06	7.74	1.0	4.52	2.26	33.58	37.31	2323.2
Boia Furacão Pet	25	18.06	0.71	17.35	12.39	1.44	0.62	1.0	0.36	0.18	3.61	2.06	309.75
Mordedor Buddy Toys	20	45.14	1.79	43.36	30.97	3.61	1.55	1.0	0.9	0.45	7.51	6.66	619.4

Brinquedo de borracha	15	81.27	3.22	78.05	55.75	6.5	2.79	1.0	1.63	0.81	12.73	12.79	836.25
Cama Chalesco	20	108.36	4.29	104.08	74.34	8.67	3.72	1.0	2.17	1.08	16.64	17.38	1486.8
Cama Orthopet	10	252.85	10.01	242.84	173.46	20.23	8.67	1.0	5.06	2.53	37.49	41.9	1734.6
Casinha Furacão Pet Média	10	307.03	12.15	294.88	210.63	24.56	10.53	1.0	6.14	3.07	45.3	51.1	2106.3
VitaPet Mineral	20	32.51	1.29	31.22	22.3	2.6	1.12	1.0	0.65	0.33	5.69	4.52	446.
VitaPet Pele & Pelo	15	8.63	2.72	65.91	7.08	5.49	2.35	1.0	1.37	0.69	10.9	10.65	706.2
Suplemento Fitovet	10	7.8	2.29	55.51	9.65	4.62	1.98	1.0	1.16	0.58	9.34	8.81	396.5
Comedouro Furacão Pet	25	8.06	0.71	17.35	2.39	1.44	0.62	1.0	0.36	0.18	3.61	2.06	309.75
Comedouro Inox Buddy	20	9.74	1.57	38.16	7.26	3.18	1.36	1.0	0.79	0.4	6.73	5.75	545.2
Fonte HomePet 2L	10	71.57	6.79	164.78	17.7	13.73	5.89	1.0	3.43	1.72	25.76	28.11	1177.0
Condicionador Alcon	15	9.74	1.57	38.16	7.26	3.18	1.36	1.0	0.79	0.4	6.73	5.75	408.9

Ração Nutrópica Calopsita	20	6.95	1.86	45.09	2.21	3.76	1.61	1.0	0.94	0.47	7.78	6.97	644.2
Terrário MBreda pequeno	8	70.91	10.72	260.19	85.85	21.67	9.29	1.0	5.42	2.71	40.09	44.97	1486.8
V8 Ourofino	20	5.6	2.6	63.0	5.0	5.25	2.25	1.0	1.31	0.66	10.47	10.13	900.0
Defensor 1 Zoetis	20	3.58	1.72	41.86	9.9	3.49	1.5	1.0	0.87	0.44	7.29	6.39	598.0
Ração Whiskas Carne 10kg	15	74.78	6.92	167.86	19.9	13.98	6.0	1.0	3.5	1.75	26.22	28.66	1798.5
Ração Premier Castrados 7,5kg	10	27.11	8.99	218.12	55.8	18.17	7.79	1.0	4.54	2.27	33.77	37.54	1558.0
Ração Renal Support	5	88.62	11.42	277.2	98.0	23.09	9.9	1.0	5.77	2.89	42.65	47.97	990.0
Escova + Pasta Dental Pet	20	2.8	1.3	31.5	2.5	2.62	1.12	1.0	0.66	0.33	5.73	4.57	450.0
Tapete Petmais 30 unid.	20	5.39	2.19	53.2	8.0	4.43	1.9	1.0	1.11	0.55	8.99	8.4	760.0

Eliminador de Odores Sanol	15	7.55	1.09	26.46	8.9	2.2	0.94	1.0	0.55	0.28	4.98	3.67	283.5
Arranhador Torre Gatos	5	38.48	5.48	133.0	5.0	11.08	4.75	1.0	2.77	1.38	20.98	22.5	475.0
Caixa nº2 Luxo Furacão Pet	10	15.89	4.59	111.3	9.5	9.27	3.98	1.0	2.32	1.16	17.72	18.67	795.0
Moletom Cães Pequeno	20	3.58	1.72	41.86	9.9	3.49	1.5	1.0	0.87	0.44	7.29	6.39	598.0
Lâmpada UVB 5.0 Exoterra	5	42.85	5.65	137.2	8.0	11.43	4.9	1.0	2.86	1.43	21.61	23.24	490.0
Plataforma Flutuante MBreda	5	3.29	3.69	89.6	4.0	7.46	3.2	1.0	1.87	0.93	14.46	14.83	320.0
Petisco Desidratado Orgânico	20	0.82	1.62	39.2	8.0	3.27	1.4	1.0	0.82	0.41	6.89	5.93	560.0
Ração Úmida Noxie 320g	30	8.8	0.74	18.06	2.9	1.5	0.64	1.0	0.38	0.19	3.71	2.19	387.0
Shampoo Natural Sem Sulfato	20	8.63	1.53	37.1	6.5	3.09	1.33	1.0	0.77	0.39	6.57	5.56	530.0

Areia Sílica Pipicat 1,6kg	30	0.67	1.61	39.06	7.9	3.25	1.4	1.0	0.81	0.41	6.87	5.9	837.0
Coleira Calmante Adaptil	10	42.85	5.65	137.2	8.0	11.43	4.9	1.0	2.86	1.43	21.61	23.24	980.0
Calmyn Dog Organnact	15	5.6	2.6	63.0	5.0	5.25	2.25	1.0	1.31	0.66	10.47	10.13	675.0
Roupa Festa Junina Pet	20	8.1	1.9	46.2	3.0	3.85	1.65	1.0	0.96	0.48	7.94	7.16	660.0
Medalha com Nome Gravada	30	1.87	0.87	21.0	5.0	1.75	0.75	1.0	0.44	0.22	4.16	2.71	450.0
Fonte Automática c/ Sensor	10	03.93	8.07	195.86	39.9	16.31	7.0	1.0	4.08	2.04	30.43	33.6	1399.0
Kit Aniversário Pet Completo	10	6.0	3.4	82.6	9.0	6.88	2.95	1.0	1.72	0.86	13.41	13.59	590.0
Totais:	903	411,27	214,14	5197,13	712,24	432,88	185,63	53,00	08,22	54,16	833,84	865,20	50102,50

Fonte: elaborado pela autora (2025)

4.4.9 Metodologia de Projeção de Receita e Análise de Resultados por Produto

A presente projeção de vendas foi desenvolvida com base na quantidade inicial de estoque de cada item, conforme detalhado no Catálogo de Produtos da empresa. Para estimar o volume de vendas mensal, adotou-se como critério o giro de estoque de cada produto, classificado em três níveis: alto giro (90%), médio giro (70%) e baixo giro (50%). Essa categorização permitiu uma simulação realista e condizente com a dinâmica de consumo observada no mercado pet, respeitando a rotatividade esperada de cada tipo de mercadoria.

O preço de venda considerado foi o valor unitário sem incidência de ICMS, com alíquota fixada em 4,12%, conforme o regime tributário do Simples Nacional, aplicável à empresa. A composição do custo variável unitário de cada item levou em consideração os seguintes componentes:

- Tributos do Simples Nacional, aplicados diretamente sobre o preço de venda;
- Frete proporcional, com base em cotações reais dos fornecedores;
- Embalagem, fixada em R\$ 1,00 por unidade vendida, a fim de padronizar o custo de acondicionamento dos produtos;
- Taxa de máquina de cartão, simulando vendas com meios eletrônicos (débito/crédito);

Perda estimada, representando um percentual médio de quebra, validade ou extravio, conforme prática do setor.

Com todos esses elementos, foi possível calcular de forma individualizada o Custo da Mercadoria Vendida (CMV) de cada item. Subtraindo-se o CMV da receita líquida (já deduzido o ICMS), obteve-se o lucro bruto por produto. Com isso, foi possível mensurar com precisão a margem de contribuição unitária e percentual, fundamental para a análise de rentabilidade e para a futura definição de estratégias de precificação e reposição de estoque.

Além disso, os resultados foram organizados por categoria de produto, como: Rações, Petiscos, Higiene, Acessórios, Brinquedos, Camas e Casinhas, Medicamentos, Suplementos, Produtos de Enriquecimento Ambiental e Vestuário Pet. Isso permite uma visão segmentada do desempenho comercial de cada grupo, facilitando a tomada de decisão quanto ao mix de produtos, promoções e reposições prioritárias. Por fim, os totais consolidados demonstram o desempenho financeiro geral da empresa na venda de produtos físicos, reforçando a importância de manter um controle rígido sobre custos variáveis e estratégias de precificação alinhadas à realidade do mercado.

Tabela 15 – Projeção de receita com a venda de produtos

Produto	Categoria	Giro	Qtd. Inicial	% Venda Estimada	Qtd Vendida	Preço Venda s/ ICMS	Receita Bruta	CMV Unitário	CMV Total	Lucro Bruto	Margem de Contribuição (%)
Ração Birbo 15kg	Rações	Alto	25.00	0.90	22.00	190.81	4,197.82	165.95	3,650.90	546.92	13.03
Ração GranPlus 15kg	Rações	Médio	20.00	0.70	14.00	260.19	3,642.66	225.94	3,163.16	479.50	13.16
Ração Royal Canin 7.5kg	Rações	Baixo	10.00	0.50	5.00	381.61	1,908.05	330.92	1,654.60	253.45	13.28
Bifinho Magnus	Outros	Alto	30.00	0.90	27.00	26.01	702.27	23.49	634.23	68.04	9.69
Snack Golden Fórmula	Outros	Médio	25.00	0.70	18.00	43.36	780.48	38.48	692.64	87.84	11.25
Snack Funcional Organnact	Outros	Baixo	15.00	0.50	8.00	69.38	555.04	60.98	487.84	67.20	12.11
Shampoo Sanol 500ml	Higiene	Alto	20.00	0.90	18.00	20.82	374.76	18.99	341.82	32.94	8.79
Shampoo Soft Care 500ml	Higiene	Médio	20.00	0.70	14.00	43.36	607.04	38.48	538.72	68.32	11.25
Shampoo Pet Society 1L	Higiene	Baixo	10.00	0.50	5.00	72.86	364.30	63.99	319.95	44.35	12.17
Pulgoff Spray 200ml	Outros	Alto	20.00	0.90	18.00	60.70	1,092.60	53.48	962.64	129.96	11.89
Coleira Leevre	Acessórios	Médio	15.00	0.70	10.00	147.43	1,474.30	128.47	1,284.70	189.60	12.86
Vermífugo Top Dog	Outros	Baixo	30.00	0.50	15.00	43.36	650.40	38.48	577.20	73.20	11.25
Coleira Nylon Simples	Acessórios	Alto	20.00	0.90	18.00	17.35	312.30	15.99	287.82	24.48	7.84
Coleira Estampada Pet	Acessórios	Médio	20.00	0.70	14.00	34.69	485.66	30.99	433.86	51.80	10.67

Coleira Seresto	Acessórios	Baixo	15.00	0.50	8.00	216.83	1,734.64	188.46	1,507.68	226.96	13.08
Bola Furacão Pet	Outros	Alto	25.00	0.90	22.00	17.35	381.70	15.99	351.78	29.92	7.84
Mordedor Buddy Toys	Outros	Médio	20.00	0.70	14.00	43.36	607.04	38.48	538.72	68.32	11.25
Quebra-cabeça Pet Injet	Outros	Baixo	15.00	0.50	8.00	78.05	624.40	68.48	547.84	76.56	12.26
Cama Chalesco	Outros	Alto	20.00	0.90	18.00	104.08	1,873.44	90.98	1,637.64	235.80	12.59
Cama Orthopet	Outros	Médio	10.00	0.70	7.00	242.84	1,699.88	210.95	1,476.65	223.23	13.13
Casinha Furacão Pet Média	Camas e Abrigos	Baixo	10.00	0.50	5.00	294.88	1,474.40	255.93	1,279.65	194.75	13.21
VitaPet Mineral	Outros	Alto	20.00	0.90	18.00	31.22	561.96	28.00	504.00	57.96	10.31
VitaPet Pele & Pelo	Outros	Médio	15.00	0.70	10.00	65.91	659.10	57.98	579.80	79.30	12.03
Suplemento Fitovet	Outros	Baixo	10.00	0.50	5.00	55.51	277.55	48.99	244.95	32.60	11.75
Comedouro Furacão Pet	Utensílios	Alto	25.00	0.90	22.00	17.35	381.70	15.99	351.78	29.92	7.84
Comedouro Inox Buddy	Utensílios	Médio	20.00	0.70	14.00	38.16	534.24	33.99	475.86	58.38	10.93
Fonte HomePet 2L	Outros	Baixo	10.00	0.50	5.00	164.78	823.90	143.47	717.35	106.55	12.93
Condicionador Alcon	Higiene	Alto	15.00	0.90	14.00	38.16	534.24	33.99	475.86	58.38	10.93
Ração Nutrópica Calopsita	Rações	Médio	20.00	0.70	14.00	45.09	631.26	39.99	559.86	71.40	11.31
Terrário MBreda pequeno	Outros	Baixo	8.00	0.50	4.00	260.19	1,040.76	225.94	903.76	137.00	13.16
V8 Ourofino	Outros	Alto	20.00	0.90	18.00	63.00	1,134.00	55.47	998.46	135.54	11.95

Defensor 1 Zoetis	Outros	Médio	20.00	0.70	14.00	41.86	586.04	37.20	520.80	65.24	11.13
Ração Whiskas Carne 10kg	Rações	Baixo	15.00	0.50	8.00	167.86	1,342.88	146.13	1,169.04	173.84	12.95
Ração Premier Castrados 7,5kg	Rações	Alto	10.00	0.90	9.00	218.12	1,963.08	189.57	1,706.13	256.95	13.09
Ração Renal Support	Rações	Médio	5.00	0.70	4.00	277.20	1,108.80	240.65	962.60	146.20	13.19
Escova + Pasta Dental Pet	Outros	Baixo	20.00	0.50	10.00	31.50	315.00	28.23	282.30	32.70	10.38
Tapete Petmais 30 unid.	Outros	Alto	20.00	0.90	18.00	53.20	957.60	46.99	845.82	111.78	11.67
Eliminador de Odores Sanol	Outros	Médio	15.00	0.70	10.00	26.46	264.60	23.87	238.70	25.90	9.79
Arranhador Torre Gatos	Outros	Baixo	5.00	0.50	2.00	133.00	266.00	115.98	231.96	34.04	12.80
Caixa nº2 Luxo Furacão Pet	Outros	Alto	10.00	0.90	9.00	111.30	1,001.70	97.23	875.07	126.63	12.64
Moletom Cães Pequeno	Outros	Médio	20.00	0.70	14.00	41.86	586.04	37.20	520.80	65.24	11.13
Lâmpada UVB 5.0 Exoterra	Outros	Baixo	5.00	0.50	2.00	137.20	274.40	119.62	239.24	35.16	12.81
Plataforma Flutuante MBreda	Outros	Alto	5.00	0.90	4.00	89.60	358.40	78.46	313.84	44.56	12.43
Petisco Desidratado Orgânico	Outros	Médio	20.00	0.70	14.00	39.20	548.80	34.90	488.60	60.20	10.97
Ração Úmida Noxie 320g	Rações	Baixo	30.00	0.50	15.00	18.06	270.90	16.61	249.15	21.75	8.03

Shampoo Natural Sem Sulfato	Higiene	Alto	20.00	0.90	18.00	37.10	667.80	33.08	595.44	72.36	10.84
Areia Sílica Pipicat 1,6kg	Outros	Médio	30.00	0.70	21.00	39.06	820.26	34.77	730.17	90.09	10.98
Coleira Calmante Adaptil	Acessórios	Baixo	10.00	0.50	5.00	137.20	686.00	119.62	598.10	87.90	12.81
Calmy Dog Organnact	Outros	Alto	15.00	0.90	14.00	63.00	882.00	55.47	776.58	105.42	11.95
Roupa Festa Junina Pet	Outros	Médio	20.00	0.70	14.00	46.20	646.80	40.94	573.16	73.64	11.39
Medalha com Nome Gravada	Outros	Baixo	30.00	0.50	15.00	21.00	315.00	19.16	287.40	27.60	8.76
Fonte Automática c/ Sensor	Outros	Alto	10.00	0.90	9.00	195.86	1,762.74	170.33	1,532.97	229.77	13.03
Kit Aniversário Pet Completo	Outros	Médio	10.00	0.70	7.00	82.60	578.20	72.41	506.87	71.33	12.34
Totais:	Outros	Baixo	903.00	-	452.00	5,197.13	48.324,93	4,546.13	42.426,46	5.898,47	-

Fonte: elaborada pela autora (2025).

4.4.10 Custos Variáveis e Precificação dos Serviços

Nesta seção, apresenta-se a estrutura detalhada de formação dos custos variáveis dos principais serviços ofertados pela empresa Mundo Pet Chapecó. Os cálculos foram realizados com base em dados obtidos entre maio e junho de 2025, considerando: capacidade ideal de atendimento conforme planejamento operacional; salários e encargos sociais dos colaboradores envolvidos diretamente em cada serviço; consumo de insumos (shampoo, condicionador, água, energia, EPIs, perfume, enfeites, ração); impostos do Simples Nacional (7% sobre o faturamento de serviços); e cotações reais de insumos e produtos obtidas junto a fornecedores com CNPJ atuante no mercado.

Tabela 16 – Capacidade Aproximada Mensal dos Serviços

Serviço	Capacidade Diária	Dias trabalhados no mês	Capacidade Mensal
Banho e Tosa	55	22	1210
Tosa Completa	28	22	616
Consulta Veterinária	8	22	176
Hotel Pet	20	30	600
Creche Diurna	30	22	660

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Tabela 17 – Custos de Mão de Obra Proporcional por Serviço

Função	Qtd	Custo Total Mensal (R\$)	Capacidade Mensal	Custo por Atendimento (R\$)
Tosadores	2	13345,56	616	21,66
Auxiliares de banho	2	8922,23	1210	7,37
Cuidador Hotel	1	5198,335	600	8,66
Cuidador Creche	1	5198,335	660	7,87
Veterinário(a)	1	12570,56	176	71,42

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Tabela 18 – Custo de Insumo e mão de obra por Serviço

Serviço	Shampoo/ Condici	Perfum e/ Enfeite	EPIs (R\$)	Energi a	Água Tratada (R\$)	Materiais Recicláveis (R\$)	Brinqued os (R\$)	Raçã o (R\$)	Mão de obra	Total
---------	---------------------	-------------------------	---------------	-------------	--------------------------	-----------------------------------	----------------------	--------------------	-------------------	-------

	onador (R\$)	s (R\$)		Elétrica (R\$)						
Banho e Tosa	0.80	1.50	1.20	0.90	0.50	0.80	0.00	0.00	7,37	13,07
Tosa Completa	0.80	1.50	1.20	0.90	0.50	0.80	0.00	0.00	21,66	27,36
Consulta Veterinária	0.00	0.00	1.20	0.90	0.00	0.00	0.00	0.00	71,42	73,52
Hotel Pet	0.00	0.00	1.20	0.90	0.50	0.80	1.50	2.00	8,66	15,56
Creche Diurna	0.00	0.00	1.20	0.90	0.50	0.80	1.50	2.00	7,87	14,77

Fonte: elaborado pela autora (2025).

A tabela a seguir apresenta os principais serviços oferecidos pela empresa Mundo Pet Chapecó, com a respectiva estimativa de custo unitário, preço médio de venda praticado no mercado local e cálculo das margens de contribuição. Os preços foram definidos com base em pesquisa de concorrência na cidade de Chapecó e em compatibilidade com os custos operacionais estimados. A margem líquida considera a dedução média de 7% referente à tributação do Simples Nacional incidente sobre o faturamento bruto dos serviços.

Tabela 19 – Margem de Lucro nos Serviços Prestado

Serviço	Custo Unitário (R\$)	Preço de Venda (R\$)	Impostos 8,28% (R\$)	Margem de Contribuição (Un.) (R\$)	% da Margem de Contribuição
Banho Pequeno Porte com Tosa Higiênica	13,07	50,00	4.14	32.79	65,58%
Banho Médio Porte com Tosa Higiênica	13,07	65,00	5.38	46.55	71,62%
Banho Grande Porte com Tosa Higiênica	13,07	80,00	6.62	60.31	75,39%
Tosa Completa	27,36	120,00	9.94	82.70	68,92%

Consulta Veterinária	73,52	300,00	24.84	201.64	67,21%
Diária Hotel Pet	15,56	60,00	4.96	39.48	65,80%
Diária Creche Pet	14,77	40,00	3,31	21.92	54,80%

Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.4.11 Receita com serviços fornecidos

A seguir, apresenta-se a projeção de receita mensal com os serviços oferecidos pela empresa Mundo Pet Chapecó. Os dados consideram a capacidade operacional previamente definida, preços médios de mercado praticados em Chapecó (SC), e incidência de 8,28% de impostos sobre a receita bruta (Simples Nacional).

Tabela 20 – Projeção de receita com os serviços vendidos

Serviço	Preço de Venda (R\$)	Qtd. Mensal	Receita Total (R\$)	Custo variável Unitário (R\$)	Custo Variável Total (R\$)	Imposto Total 8,28% (R\$)	Lucro Líquido (R\$)
Banho Pequeno Porte com Tosa Higiénica	50,00	500	25.000,00	13,07	6.535,00	2.070,00	16.393,00
Banho Médio Porte com Tosa Higiénica	65,00	400	26.000,00	13,07	5.228,00	2.152,80	18.619,20
Banho Grande Porte com Tosa Higiénica	80,00	310	24.800,00	13,07	4.051,70	2.053,44	18.864,86
Tosa Completa	120,00	616	73.920,00	27,36	16.853,76	6.120,57	50.945,67
Consulta Veterinária	300,00	176	52.800,00	73,52	12.939,52	4.371,84	35.488,64
Diária Hotel Pet	60,00	600	36.000,00	15,56	9.336,00	2.980,8	23.683,2
Diária Creche Pet	40,00	660	26.400,00	14,77	9.748,20	2.185,92	14.465,88
TOTAL		2954	264.920,00		64.692,18	21.935,37	178.470,45

Fonte: elaborado pela autora (2025)

4.4.12 Definição Salários e Encargos

A Tabela abaixo apresenta a composição detalhada dos custos com pessoal da empresa Mundo Pet Chapecó. Foram considerados os salários brutos de cada função, bem como os encargos trabalhistas obrigatórios e voluntários, incluindo INSS (20%), FGTS (8%), férias proporcionais acrescidas de 1/3, 13º salário, vale-transporte, vale-alimentação, uniformes e custo de admissão. No caso do pró-labore do sócio-administrador, foram também incluídos encargos voluntários, a fim de garantir uma estimativa realista de provisão de caixa para o negócio.

O valor total dos salários brutos mensais é de R\$45.200,00, enquanto os encargos trabalhistas somam R\$29.044,87, resultando em um custo total mensal com pessoal de R\$74.244,87. Esse valor representa a maior parcela das despesas fixas da empresa e reflete a necessidade de uma gestão eficiente da folha de pagamento para garantir a sustentabilidade do empreendimento. A inclusão detalhada de todos os componentes permite maior previsibilidade orçamentária e adequação às exigências legais e operacionais do setor.

Tabela 21 – Encargos e Salários

Função	Salário Bruto (R\$)	INSS (R\$)	FGTS (R\$)	Férias + 1/3 (R\$)	13º salário (R\$)	Vale transporte (R\$)	Vale alimentação (R\$)	Uniformes (R\$)	Admissão (R\$)	Total Encargos (R\$)	Custo Total Mensal (R\$)
2 Auxiliar de Banho	5000	1000	400	R\$ 555,56	R\$ 416,67	400	600	500	50	R\$ 3.922,23	R\$ 8.922,23
2 Cuidador Hotel/Creche	6000	1200	480	R\$ 666,67	R\$ 500	400	600	500	50	R\$ 4.396,67	R\$ 10.396,67
Pró-labore (sócio-administrador)	10000	1100	0	R\$ 1,111,08	R\$ 833,33	400	600	500	50	R\$ 4.594,41	R\$ 14.594,41
2 Recepcionista	6000	1200	480	R\$ 666,67	R\$ 500	400	600	500	50	R\$ 4.396,67	R\$ 10.396,67
1 Serviços Gerais	2200	440	176	R\$ 244,44	R\$ 183,33	200	300	250	25	R\$ 1.818,77	R\$ 4.018,77
2 Tosador(a)	8000	1600	640	R\$ 888,89	R\$ 666,67	400	600	500	50	R\$ 5.345,56	R\$ 13.345,56
1 Veterinário(a)	8000	1600	640	R\$ 888,89	R\$ 666,67	200	300	250	25	R\$ 4.570,56	R\$ 12.570,56
TOTAL				R\$ 5.022,20	R\$ 3.766,67					R\$ 29.044,87	R\$ 74.244,87

Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.4.13 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) é um dos principais instrumentos contábeis utilizados para avaliar o desempenho financeiro de uma empresa ao longo do tempo. A DRE da Mundo Pet Chapecó foi elaborada com base no regime de competência, considerando as receitas e despesas realizadas ou incorridas durante o exercício de 12 meses, com a finalidade de mensurar o resultado líquido mensal da operação.

Foram consideradas receitas provenientes da comercialização de produtos na loja física, bem como da prestação de serviços de banho e tosa, hospedagem (hotel pet), creche pet e consultas veterinárias. A receita bruta total variou mensalmente conforme as projeções comerciais e compatíveis com a capacidade instalada de atendimento da empresa.

Sobre a receita bruta, foi aplicada uma dedução de 8,28%, correspondente à alíquota do Simples Nacional, resultando na receita líquida de vendas e serviços. Em seguida, foram subtraídos os custos variáveis, os quais incluem o Custo da Mercadoria Vendida (CMV) e os custos diretos dos serviços prestados.

- **Despesas com pessoal administrativo**, no valor fixo mensal de R\$ 29.009,85, referente aos salários e encargos dos setores não diretamente vinculados à prestação de serviços;
- **Despesas comerciais**, estimadas em R\$ 5.000,00 mensais, relacionadas às ações de marketing e divulgação;
- **Despesas financeiras**, oriundas do financiamento BNDES, que geram parcelas fixas mensais a partir de fevereiro no valor de R\$ 10.686,48;
- **Despesas com depreciação de ativos**, calculadas em R\$ 931,34 por mês, conforme a vida útil dos bens do ativo imobilizado;

O resultado operacional mensal corresponde ao lucro líquido da empresa, que foi positivo em todos os meses do ano, indicando viabilidade e sustentabilidade financeira do negócio. A variação no lucro líquido está diretamente relacionada à sazonalidade da receita de serviços, especialmente nas áreas de banho, tosa e hospedagem, cuja demanda tende a aumentar em meses de maior movimentação, como férias escolares e períodos festivos.

A DRE projetada apresenta um excelente desempenho financeiro da empresa ao longo do primeiro ano de operação. A Receita Líquida anual estimada foi de R\$ 1.977.642,02, já

descontados os impostos e deduções incidentes sobre as vendas. Os custos das mercadorias vendidas (CMV), relativos principalmente aos produtos da loja física, totalizaram R\$ 509.117,52, resultando em um Lucro Bruto anual de R\$ 1.468.524,50. Essa relação entre o lucro bruto e a receita líquida gera uma margem bruta de 74,25%, indicando que a maior parte da receita é convertida em resultado positivo, o que demonstra um excelente controle de custos diretos e uma política de precificação eficiente.

As despesas fixas anuais, como salários, encargos, aluguel, água, luz, marketing e sistema, totalizaram R\$ 560.355,96, valor plenamente coberto pelo lucro bruto. Após o desconto de todas as despesas operacionais e tributos, o Lucro Líquido projetado para o primeiro ano é de R\$ 896.992,46, correspondendo a uma margem líquida de 45,36%. Este percentual é extremamente positivo e evidencia a elevada capacidade de geração de valor da empresa a partir de suas receitas.

Outro ponto de destaque na DRE é o Ponto de Equilíbrio Financeiro, calculado em 38,15% da capacidade total de operação. Isso significa que, mesmo utilizando menos da metade de sua capacidade instalada, a empresa já consegue cobrir todos os seus custos fixos, o que reduz significativamente o risco financeiro da operação. A alta rentabilidade também é evidenciada pelo Payback Simples, que indica que o investimento inicial de R\$ 484.321,56 será recuperado em apenas 6,47 meses, evidenciando um retorno rápido sobre o capital investido.

Tabela 22 – Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

Descrição	Receita máxima (100% de capacidade)	Janeiro (40%)	Fevereiro (45%)	Março (45%)	Abril (45%)	Maió (40%)	Junho (40%)	Julho (45%)	Agosto (50%)	Setembro (50%)	Outubro (60%)	Novembro (65%)	Dezembro (70%)	DRE ANUAL
Receita Bruta – Produtos (Loja Física)	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 48.324,93	R\$ 579.899,16
Receita Bruta – Serviços Prestados	R\$ 264.920,00	R\$ 105.968,00	R\$ 119.214,00	R\$ 119.214,00	R\$ 119.214,00	R\$ 105.968,00	R\$ 105.968,00	R\$ 119.214,00	R\$ 132.460,00	R\$ 132.460,00	R\$ 158.952,00	R\$ 172.198,00	R\$ 185.444,00	R\$ 1.576.274,00
• Banho/Tosa	R\$ 149.720,00	R\$ 59.888,00	R\$ 67.374,00	R\$ 67.374,00	R\$ 67.374,00	R\$ 59.888,00	R\$ 59.888,00	R\$ 67.374,00	R\$ 74.860,00	R\$ 74.860,00	R\$ 89.832,00	R\$ 97.318,00	R\$ 104.804,00	R\$ 890.834,00
• Hotel Pet	R\$ 36.000,00	R\$ 14.400,00	R\$ 16.200,00	R\$ 16.200,00	R\$ 16.200,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	R\$ 16.200,00	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00	R\$ 21.600,00	R\$ 23.400,00	R\$ 25.200,00	R\$ 214.200,00
• Creche Pet	R\$ 26.400,00	R\$ 10.560,00	R\$ 11.880,00	R\$ 11.880,00	R\$ 11.880,00	R\$ 10.560,00	R\$ 10.560,00	R\$ 11.880,00	R\$ 13.200,00	R\$ 13.200,00	R\$ 15.840,00	R\$ 17.160,00	R\$ 18.480,00	R\$ 157.080,00
Consulta veterinária	R\$ 52.800,00	R\$ 21.120,00	R\$ 23.760,00	R\$ 23.760,00	R\$ 23.760,00	R\$ 21.120,00	R\$ 21.120,00	R\$ 23.760,00	R\$ 26.400,00	R\$ 26.400,00	R\$ 31.680,00	R\$ 34.320,00	R\$ 36.960,00	R\$ 314.160,00
Receita Bruta Total	R\$ 313.244,93	R\$ 154.292,93	R\$ 167.538,93	R\$ 167.538,93	R\$ 167.538,93	R\$ 154.292,93	R\$ 154.292,93	R\$ 167.538,93	R\$ 180.784,93	R\$ 180.784,93	R\$ 207.276,93	R\$ 220.522,93	R\$ 233.768,93	R\$ 2.156.173,16
(-) Deduções da Receita (Simples Nacional – 8,28%)	R\$ 25.936,68	R\$ 12.775,45	R\$ 13.872,22	R\$ 13.872,22	R\$ 13.872,22	R\$ 12.775,45	R\$ 12.775,45	R\$ 13.872,22	R\$ 14.968,99	R\$ 14.968,99	R\$ 17.162,53	R\$ 18.259,30	R\$ 19.356,07	R\$ 178.531,14
Receita Líquida de	R\$ 287.308,25	R\$ 141.517,48	R\$ 153.666,71	R\$ 153.666,71	R\$ 153.666,71	R\$ 141.517,48	R\$ 141.517,48	R\$ 153.666,71	R\$ 165.815,94	R\$ 165.815,94	R\$ 190.114,40	R\$ 202.263,63	R\$ 214.412,86	R\$ 1.977.642,02

Vendas e Serviços														
(-) CMV – Produtos Loja	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 42.426,46	R\$ 509.117,52
Lucro Bruto	R\$ 244.881,79	R\$ 99.091,02	R\$ 111.240,25	R\$ 111.240,25	R\$ 111.240,25	R\$ 99.091,02	R\$ 99.091,02	R\$ 111.240,25	R\$ 123.389,48	R\$ 123.389,48	R\$ 147.687,94	R\$ 159.837,17	R\$ 171.986,40	R\$ 1.468.524,50
(-) Despesas com Pessoal (salários + encargos)	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 29.009,85	R\$ 348.118,20
(-) Despesas Administrativas	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00
(-) Despesas Comerciais (marketing)	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 60.000,00
(-) Despesas Financeiras (financiamento BNDES)	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 10.686,48	R\$ 128.237,76
(-) Depreciação de Ativos	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 931,34	R\$ 11.176,08
Resultado Operacional	R\$ 197.254,12	R\$ 51.463,35	R\$ 63.612,58	R\$ 63.612,58	R\$ 63.612,58	R\$ 51.463,35	R\$ 51.463,35	R\$ 63.612,58	R\$ 75.761,81	R\$ 75.761,81	R\$ 100.060,27	R\$ 112.209,50	R\$ 124.358,73	R\$ 896.992,46
Lucro Líquido	R\$ 197.254,12	R\$ 51.463,35	R\$ 63.612,58	R\$ 63.612,58	R\$ 63.612,58	R\$ 51.463,35	R\$ 51.463,35	R\$ 63.612,58	R\$ 75.761,81	R\$ 75.761,81	R\$ 100.060,27	R\$ 112.209,50	R\$ 124.358,73	R\$ 896.992,46

Fonte: elaborado pela autora (2025)

4.4.14 Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa projetado para o ano de 2026 apresenta a movimentação financeira mensal da empresa Mundo Pet Chapecó, considerando todas as entradas e saídas de recursos, bem como a sazonalidade do mercado pet e os compromissos financeiros assumidos no plano de negócios. O controle de caixa é essencial para garantir a saúde financeira da empresa, permitindo a análise da capacidade de pagamento, necessidade de capital de giro e equilíbrio entre receitas e despesas.

As receitas mensais foram projetadas com base na estimativa de vendas de produtos e prestação de serviços, conforme a DRE (Demonstração do Resultado do Exercício). Foi considerada a sazonalidade do mercado, com maiores receitas nos meses de janeiro, julho, outubro, novembro e dezembro, quando há maior procura por produtos e serviços pet. As variações mensais foram definidas com base em dados de comportamento de consumo do setor.

As entradas contemplam a integralização de capital próprio no mês de janeiro, bem como o financiamento bancário obtido por meio do BNDES (via TJLP), cuja parcela de amortização e juros foi incorporada às despesas mensais a partir de fevereiro. A amortização do financiamento foi fixada em R\$10.686,48 mensais. As saídas mensais foram divididas em categorias específicas para garantir a clareza da análise.

Nos meses de menor movimento (como janeiro, abril e junho), as receitas são mais modestas, mas ainda assim, a empresa mantém saldos mensais positivos e consegue cobrir todas as despesas operacionais. Nos meses de maior demanda (especialmente entre setembro e dezembro), há um pico nas entradas, permitindo inclusive a constituição de uma reserva técnica financeira para eventuais imprevistos ou reinvestimentos.

A manutenção de fluxo de caixa positivo durante todos os meses demonstra a capacidade de liquidez da empresa, ou seja, a sua habilidade de honrar compromissos financeiros de curto prazo sem necessidade de recorrer a empréstimos ou financiamentos. Isso reforça a segurança da operação e a sustentabilidade do negócio, mesmo diante de eventuais oscilações no mercado.

Tabela 23 – Fluxo de Caixa Detalhado

Mês	Receita Bruta	Capital Próprio	Empréstimo	Entradas Totais	Produtos da Loja	Salários	Despesas fixas (aluguel, energia, água, internet, telefone, contabilidade, sistema e marketing)	Simples	Amortização	Permanente/Pré-Operacional	Saídas Totais	Saldo Inicial	Saldo Final
janeiro	R\$ 154.292,93	R\$ 145.296,47	R\$ 339.025,09	R\$ 638.614,49	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 12.775,45	R\$ -	R\$ 135.687,45	R\$ 237.585,69	R\$ -	R\$ 401.028,80
fevereiro	R\$ 167.538,93	R\$ -	R\$ -	R\$ 167.538,93	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 13.872,22	R\$ 3.254,21	R\$ -	R\$ 106.249,22	R\$ 401.028,80	R\$ 462.318,50
março	R\$ 167.538,93	R\$ -	R\$ -	R\$ 167.538,93	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 13.872,22	R\$ 3.254,21	R\$ -	R\$ 106.249,22	R\$ 462.318,50	R\$ 523.608,21
abril	R\$ 167.538,93	R\$ -	R\$ -	R\$ 167.538,93	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 13.872,22	R\$ 3.254,21	R\$ -	R\$ 106.249,22	R\$ 523.608,21	R\$ 584.897,92
maio	R\$ 154.292,93	R\$ -	R\$ -	R\$ 154.292,93	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 12.775,45	R\$ 3.254,21	R\$ -	R\$ 105.152,45	R\$ 584.897,92	R\$ 634.038,39
junho	R\$ 154.292,93	R\$ -	R\$ -	R\$ 154.292,93	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 12.775,45	R\$ 3.254,21	R\$ -	R\$ 105.152,45	R\$ 634.038,39	R\$ 683.178,87

julho	R\$ 167.538,9 3	R\$ -	R\$ -	R\$ 167.538,93	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 13.872,22	R\$ 3.254,21	R\$ -	R\$ 106.249,2 2	R\$ 683.178,87	R\$ 744.468,57
agosto	R\$ 180.784,9 3	R\$ -	R\$ -	R\$ 180.784,93	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 14.968,99	R\$ 3.254,21	R\$ -	R\$ 107.345,9 9	R\$ 744.468,57	R\$ 817.907,51
setembro	R\$ 180.784,9 3	R\$ -	R\$ -	R\$ 180.784,93	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 14.968,99	R\$ 3.254,21	R\$ -	R\$ 107.345,9 9	R\$ 817.907,51	R\$ 891.346,45
outubro	R\$ 207.276,9 3	R\$ -	R\$ -	R\$ 207.276,93	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 17.162,53	R\$ 3.254,21	R\$ -	R\$ 109.539,5 3	R\$ 891.346,45	R\$ 989.083,85
novembro	R\$ 220.522,9 3	R\$ -	R\$ -	R\$ 220.522,93	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 18.259,30	R\$ 3.254,21	R\$ -	R\$ 110.636,3 0	R\$ 989.083,85	R\$ 1.098.970,4 8
dezembro	R\$ 233.768,9 3	R\$ -	R\$ -	R\$ 233.768,93	R\$ 42.426,46	R\$ 29.009,85	R\$ 17.686,48	R\$ 19.356,07	R\$ 3.254,21	R\$ -	R\$ 111.733,0 7	R\$ 1.098.970,4 8	R\$ 1.221.006,3 4

Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.4.15 Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial demonstra que a empresa apresenta uma estrutura financeira equilibrada ao longo do primeiro ano. O ativo total supera progressivamente o passivo, refletindo uma geração de valor consistente. A redução das dívidas a longo prazo e o crescimento do patrimônio líquido evidenciam uma boa capacidade de pagamento e lucratividade. O caixa final crescente indica que a empresa possui liquidez para manter suas operações e honrar seus compromissos de curto prazo.

Tabela 24 – Balanço Patrimonial

Mês	Caixa/Banco (R\$)	Estoques (R\$)	Ativo Não Circulante (R\$)	Depreciação Acumulada (R\$)	Ativo Total (R\$)	Passivo Circulante (R\$)	Empréstimos Curto Prazo (R\$)	Empréstimos Longo Prazo (R\$)	Patrimônio Líquido (R\$)	Passivo Total (R\$)
Jan	401.028,80	-	135.687,45	- 931,34	535.784,91	-		339.025,09	196.759,82	535.784,91
Fev	462.318,50	-	135.687,45	- 1.862,68	596.143,27	-		335.770,88	260.372,39	596.143,27
Mar	523.608,21	-	135.687,45	- 2.794,02	656.501,64	-		332.516,67	323.984,97	656.501,64
Abr	584.897,92	-	135.687,45	- 3.725,36	716.860,01	-		329.262,46	387.597,55	716.860,01
Mai	634.038,39	-	135.687,45	- 4.656,70	765.069,14	-		326.008,25	439.060,89	765.069,14
Jun	683.178,87	-	135.687,45	- 5.588,04	813.278,28	-		322.754,04	490.524,24	813.278,28
Jul	744.468,57	-	135.687,45	- 6.519,38	873.636,64	-		319.499,83	554.136,81	873.636,64
Ago	817.907,51	-	135.687,45	- 7.450,72	946.144,24	-		316.245,62	629.898,62	946.144,24
Set	891.346,45	-	135.687,45	- 8.382,06	1.018.651,84	-		312.991,41	705.660,43	1.018.651,84

Out	989.083,85	-	135.687,45	- 9.313,40	1.115.457,90	-		309.737,20	805.720,70	1.115.457,90
Nov	1.098.970,48	-	135.687,45	- 10.244,74	1.224.413,19	-		306.482,99	917.930,20	1.224.413,19
Dez	1.221.006,34	-	135.687,45	- 11.176,08	1.345.517,71	-		303.228,78	1.042.288,93	1.345.517,71

Fonte: Elaborado pela Autora (2025).

A estrutura patrimonial da Mundo Pet Chapecó é sólida e demonstra forte autonomia financeira. O Ativo Total da empresa é de R\$ 10.607.458,76, composto por ativos circulantes (caixa, contas a receber, estoques) e ativos não circulantes (imobilizado, investimentos, estrutura física). Este volume de ativos representa o conjunto de bens e direitos utilizados para o funcionamento da operação.

O Patrimônio Líquido da empresa — ou seja, os recursos próprios investidos pelos sócios — corresponde a R\$ 6.753.935,54, enquanto o Passivo Total (obrigações e dívidas) é de R\$ 3.853.523,22, o que representa aproximadamente 36,3% do ativo total. Isso evidencia uma estrutura de capital saudável, com baixo grau de endividamento e alta dependência de capital próprio (cerca de 63,7%).

Esses dados demonstram que a empresa possui ampla capacidade de financiar seu crescimento com recursos internos, reduzindo a exposição a riscos financeiros e ao custo de capital de terceiros. Além disso, a composição do ativo reforça a solidez patrimonial e a capacidade de resposta rápida diante de oportunidades ou desafios operacionais.

4.4.16 Ponto de Equilíbrio Financeiro

O ponto de equilíbrio financeiro representa o valor mínimo de receita líquida mensal que a empresa Mundo Pet Chapecó precisa alcançar para cobrir todos os seus custos variáveis, despesas fixas, encargos financeiros e provisões, sem incorrer em prejuízos. É um indicador essencial no planejamento de qualquer negócio, pois determina o volume mínimo de receita que a empresa precisa obter para cobrir seus custos fixos, sem gerar lucro ou prejuízo. Trata-se do ponto exato em que a receita gerada igualará os custos e despesas operacionais fixas.

O ponto de equilíbrio financeiro da Mundo Pet Chapecó é de 38,15% da capacidade de geração de receita. Isso significa que, ao operar com apenas 38,15% da sua capacidade total de vendas anual, a empresa já será capaz de cobrir integralmente suas despesas fixas, sem prejuízo. Em outras palavras, a empresa não precisa atingir nem metade da sua capacidade total de vendas para não operar no vermelho, o que confere grande segurança financeira e reduz a vulnerabilidade do negócio frente à sazonalidade do setor.

Esse resultado está diretamente relacionado à alta margem bruta (74,25%), também calculada no capítulo anterior. Como a empresa possui boa política de preços e controle de custos diretos, consegue gerar grande volume de lucro bruto, o que facilita a cobertura das despesas fixas.

Além disso, o PEF abaixo de 40% evidencia que a empresa possui alto potencial de lucratividade mesmo em meses com demanda reduzida. Isso reforça a resiliência do modelo de negócio e sua atratividade para investimento, pois o risco de prejuízo é baixo e o retorno é rápido.

Com base no cálculo realizado e nos dados da empresa, conclui-se que o Ponto de Equilíbrio Financeiro da Mundo Pet Chapecó é extremamente favorável, oferecendo ao empreendimento uma margem de segurança operacional significativa. Trata-se de um fator decisivo para o sucesso e a sustentabilidade do negócio no curto e médio prazo.

Tabela 25 – Ponto de Equilíbrio Financeiro

Receita Líquida Anual	R\$ 1.977.642,02
-----------------------	------------------

Custos Variáveis Totais	R\$ 509.117,52
Margem de Contribuição (Lucro Bruto)	R\$1.468.524,50
Despesas Fixas Reais (sem depreciação + provisão de inadimplência)	R\$ 560.355,96
Ponto de Equilíbrio Financeiro	R\$ 560.242,09
Ponto de Equilíbrio em Percentual	39,05%

Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.4.15 Indicadores Financeiros da Empresa Mundo Pet Chapecó

A análise dos indicadores financeiros constitui uma etapa fundamental na avaliação da viabilidade e da sustentabilidade econômica de um empreendimento. Esses indicadores oferecem uma leitura objetiva sobre a rentabilidade, lucratividade, eficiência operacional e o nível de risco da empresa. No presente estudo, com base nos dados apurados a partir do Demonstrativo de Resultados, Fluxo de Caixa e Balanço Patrimonial, foram calculados nove indicadores que, em conjunto, fornecem um panorama da performance financeira da Mundo Pet Chapecó.

O indicador de rentabilidade, representado pelo ROI (Retorno sobre o Investimento), revela o quanto o negócio é capaz de gerar lucro em relação ao capital investido. Já os indicadores de lucratividade, como a margem bruta e a margem de lucro líquido, demonstram a eficiência da empresa na conversão de receitas em lucros, refletindo a qualidade da gestão dos custos e da precificação.

Complementarmente, os indicadores de viabilidade, como o ponto de equilíbrio financeiro e o payback, ajudam a compreender o tempo necessário para que o investimento inicial seja recuperado e o percentual mínimo de faturamento exigido para cobrir os custos e despesas fixas. Outros indicadores como o giro do ativo, o retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) e o índice de lucratividade operacional reforçam a visão global do desempenho empresarial.

Tabela 26 – Indicadores Financeiros

Indicador	Fórmula Aplicada	Resultado	Interpretação
-----------	------------------	-----------	---------------

Rentabilidade do Investimento (ROI)	Lucro Líquido / Investimento Inicial	185,27%	Alto retorno sobre o valor investido
Margem de Lucro Líquido	Lucro Líquido / Receita Líquida	45,36%	Alta eficiência operacional
Margem Bruta	Lucro Bruto / Receita Líquida	74,25%	Excelente controle de custos
Ponto de Equilíbrio Financeiro (PEF)	(Despesas Fixas) / Lucro Bruto	38,15%	Operação viável mesmo com baixa ocupação
Payback Simples	Investimento Inicial / Lucro Líquido Anual	6,47 meses	Recuperação rápida do investimento
Mark-up sobre Custo	Preço de Venda / Custo Total do Produto	1,40	Margem média sobre custo adequada
Lucratividade sobre o Ativo Total	Lucro Líquido / Ativo Total	8,45%	Bom aproveitamento dos ativos
Índice de Lucratividade Operacional	Lucro Operacional / Receita Líquida	13,28%	Retorno consistente para os sócios
Retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE)	Lucro Líquido / Patrimônio Líquido	0,19	Requer atenção no uso mais eficiente dos ativos
Giro do Ativo	Receita Líquida / Ativo Total	185,27%	Alto retorno sobre o valor investido

Fonte: elaborado pela autora (2025).

O indicador de Rentabilidade do Investimento (Return on Investment – ROI) mede o retorno obtido sobre o capital aplicado no negócio. Com um lucro líquido anual de R\$ 896.992,46 e um investimento inicial de R\$ 484.321,56, o ROI da empresa foi de 185,27%. Esse resultado expressivo indica que o retorno financeiro superou amplamente o valor investido, demonstrando que o empreendimento é altamente lucrativo e que o capital foi alocado de forma eficiente. A empresa não apenas se sustenta, como gera retorno significativo aos sócios.

A margem de lucro líquido representa a porcentagem da receita que efetivamente se transforma em lucro após a dedução de todos os custos e despesas, incluindo tributos e encargos operacionais. A empresa apresentou uma margem líquida de 45,36%, o que é

considerado excelente no setor de varejo e serviços. Esse percentual revela que quase metade da receita líquida anual se converte em lucro final, evidenciando um modelo de negócio enxuto, bem gerido e altamente eficiente do ponto de vista financeiro.

A margem bruta indica a capacidade da empresa de gerar receita a partir de seus produtos e serviços, considerando apenas os custos diretos de produção ou aquisição. Com um lucro bruto de R\$ 1.468.524,50 e receita líquida de R\$ 1.977.642,02, a empresa alcançou uma margem bruta de 74,25%. Esse indicador confirma que a política de precificação está bem estruturada e que os custos diretos estão sob controle. A alta margem bruta fornece uma base sólida para absorver despesas fixas e gerar lucro operacional.

O ponto de equilíbrio representa o percentual da capacidade de vendas necessária para cobrir todos os custos fixos da empresa. No caso da Mundo Pet Chapecó, o ponto de equilíbrio financeiro foi de 38,15%, o que indica que a empresa precisa operar com apenas cerca de 38% de sua capacidade para não apresentar prejuízo. Isso significa que mesmo em cenários de demanda reduzida, a operação se mantém viável. Essa margem de segurança reduz o risco e amplia a estabilidade do negócio.

O payback simples mede o tempo necessário para recuperar o valor investido na empresa por meio dos lucros gerados. Com um investimento de R\$ 484.321,56 e lucro líquido anual de R\$ 896.992,46, o payback estimado é de 6,47 meses. Isso significa que, em menos de sete meses de operação, todo o valor investido inicialmente será recuperado, o que reforça o excelente desempenho do negócio e sua atratividade para investidores.

O mark-up é um índice usado na formação do preço de venda. Ele mostra quanto se adiciona ao custo do produto ou serviço para obter lucro e cobrir despesas. A empresa trabalha com um mark-up médio de 1,40, ou seja, o preço de venda é 40% maior que o custo direto do produto. Esse índice está dentro dos parâmetros do setor e, aliado à alta margem bruta, revela que a política de precificação é sustentável e contribui para a competitividade da empresa.

Esse indicador analisa a capacidade da empresa de gerar lucro a partir de todos os ativos que possui (bens, estoques, equipamentos, dinheiro em caixa). Com um ativo total de R\$ 10.607.458,76 e lucro líquido de R\$ 896.992,46, a lucratividade sobre o ativo foi de 8,45%. Isso demonstra que os recursos alocados na empresa estão sendo bem utilizados e

geram retorno positivo, ainda que haja espaço para otimização do uso dos ativos no médio prazo.

O ROE (Return on Equity) mede a rentabilidade do capital próprio dos sócios. É um dos principais indicadores para avaliar o retorno do investimento pessoal. Com patrimônio líquido de R\$ 6.753.935,54, o ROE da empresa foi de 13,28%, um índice considerado saudável. O retorno sobre o capital próprio é positivo, o que indica que o negócio recompensa adequadamente o investimento dos sócios, com margem de reinvestimento viável.

Por fim, o giro do ativo avalia a eficiência da empresa em gerar receita com seus ativos totais. Representa quantas vezes o ativo se "renova" em vendas ao longo do ano. O giro do ativo foi de 0,19, o que significa que a empresa gira cerca de 19% do seu ativo total em vendas ao longo do ano. Embora esse índice esteja abaixo do ideal para alguns setores, é condizente com o modelo de negócio que exige uma estrutura física robusta e capital imobilizado em serviços. Ainda assim, este indicador pode ser otimizado com aumento de vendas e expansão digital.

A análise dos principais indicadores financeiros da Mundo Pet Chapecó confirma que o negócio é economicamente viável, financeiramente saudável e estrategicamente promissor. A empresa apresenta alta rentabilidade, rápida recuperação do investimento, excelente controle de custos e solidez patrimonial. Os poucos pontos que requerem atenção como o giro do ativo estão mais relacionados ao perfil estrutural do negócio do que a falhas de gestão. Dessa forma, os indicadores reforçam o potencial da empresa para se tornar uma referência regional no segmento pet, com expansão sustentável e retorno atrativo aos sócios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente Trabalho de Conclusão de Curso teve como propósito central avaliar a viabilidade de implantação da empresa Mundo Pet Chapecó, por meio da elaboração de um plano de negócios completo, abrangendo análise de mercado, estratégias operacionais, projeções financeiras e ações de marketing. Partindo da identificação de uma oportunidade concreta no segmento de cuidados e bem-estar animal na cidade de Chapecó – SC, a pesquisa se fundamentou em dados primários e secundários para estruturar uma proposta realista e estrategicamente orientada.

Com base na análise de mercado, foi possível constatar o crescimento expressivo do setor pet no Brasil, impulsionado por fatores como a humanização dos animais de estimação, o aumento do poder aquisitivo de determinados segmentos da população e a mudança nos padrões familiares. Em Chapecó, observou-se uma lacuna no mercado local em relação à oferta integrada de produtos e serviços especializados, o que reforçou a pertinência da proposta empresarial desenvolvida.

Do ponto de vista operacional, o plano projetou uma estrutura física completa, com espaços funcionais e adaptados à prestação de serviços como banho e tosa, hotel, creche e consultório veterinário, além da comercialização de produtos pet diversificados. O planejamento detalhado da equipe, da capacidade operacional e da gestão logística viabiliza a entrega de um serviço de excelência, humanizado e voltado ao bem-estar animal.

O plano financeiro validou a viabilidade econômica da empresa. A receita líquida anual projetada de R\$ 1.977.642,02, associada a um baixo ponto de equilíbrio financeiro (39,05%), demonstra que o negócio é capaz de cobrir seus custos com menos da metade de sua capacidade operacional, o que representa um cenário de segurança e solidez para os sócios. A alta margem bruta (74,25%), o retorno sobre o investimento (ROI), o giro do ativo e a lucratividade sobre o patrimônio reforçam a sustentabilidade financeira e a atratividade do empreendimento.

Além disso, o estudo evidenciou a importância de práticas sustentáveis e estratégias digitais integradas, tanto na comunicação com o público quanto na fidelização dos clientes. O uso de indicadores de desempenho (KPIs), a presença omnichannel e o investimento em

marketing digital fortalecem a posição competitiva da empresa e favorecem seu crescimento orgânico.

Ademais, o trabalho também permitiu refletir sobre o papel do empreendedorismo na promoção do desenvolvimento local, na geração de empregos e na valorização da causa animal. Ao longo da construção deste plano, foram adquiridos conhecimentos práticos sobre gestão, finanças, marketing, legislação e logística, proporcionando um aprendizado significativo e aplicável ao mundo real.

Dessa forma, conclui-se que os objetivos propostos foram plenamente atingidos. O estudo se mostrou proveitoso não apenas para validar a ideia de negócio, mas também como instrumento de formação empreendedora, reafirmando o potencial da empresa Mundo Pet Chapecó como uma iniciativa promissora no segmento pet regional. O trabalho também abre espaço para futuras melhorias e ampliações do modelo, especialmente no que se refere à inovação, sustentabilidade e fidelização de clientes.

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO (ABINPET). **Informações gerais do setor: faturamento e dados segmentados**. São Paulo: ABINPET, 2025. Disponível em: <https://abinpet.org.br/>. Acesso em: 08 jun. 2025.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO (ABINPET). **Painel de mercado 2024**. São Paulo: ABINPET, 2024. Disponível em: <https://abinpet.org.br/>. Acesso em: 12 jun. 2025.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO (ABINPET). **Relatório setorial 2024**. São Paulo: ABINPET, 2024. Disponível em: <https://abinpet.org.br/wp-content/uploads/2024/03/Relatorio-Setorial-2024.pdf>. Acesso em: 02 set. 2024.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. **NBR 9050:2020 – Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos**. Rio de Janeiro: ABNT, 2020.
- CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2012.
- COMAC – Comissão de Animais de Companhia. **Radar Pet 2021: relatório nacional**. São Paulo: COMAC, 2021. Disponível em: <https://www.comacbrasil.com.br/wp-content/uploads/2021/12/RADAR-PET-2021.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2025.
- COSTA, Ana Paula; ALMEIDA, Rodrigo. **Planejamento empresarial: do plano estratégico ao plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2019.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2020.
- DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2014.
- FERNANDES, João. **Planejamento financeiro empresarial: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas, 2023.
- FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5–28, abr./jun. 1999.
- FILION, Louis Jacques. **Visão de futuro do empreendedor: um estudo exploratório**. Revista de Administração, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 39–52, abr./jun. 1999.
- GEM BRASIL; SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Global Entrepreneurship Monitor – GEM Brasil 2023: relatório**

executivo. Brasília: SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/>. Acesso em: 12 jun. 2025.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Estatísticas do registro civil: nascimentos 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9256-registro-civil.html>. Acesso em: 11 jun. 2025.

INSTITUTO PET BRASIL. **Painel de dados do setor pet**. São Paulo: IPB, 2024. Disponível em: <https://institutopetbrasil.com/painel-do-mercado/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Contabilidade introdutória**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 20. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Introdução à administração**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 30. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PADOVEZE, Clóvis Luis. **Contabilidade gerencial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

PETLOVE. **Pesquisa: os pais de pet e seus gastos mensais com os animais de estimação**. São Paulo: Petlove, 2022. Disponível em: <https://petlove.com.br/vida-de-tutor/pesquisa-perfil-pais-de-pet>. Acesso em: 11 jun. 2025.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Estatísticas MEI**. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/mei>. Acesso em: 10 jun. 2025.

PRICEWATERHOUSECOOPERS (PWC) BRASIL. **Desempenho e estratégia em pequenos negócios**. São Paulo, 2023. Disponível em:

<https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores/pequenas-empresas-relatorio-2023.html>. Acesso em: 09 jun. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Como calcular o capital de giro e as despesas fixas**. Brasília: SEBRAE, 2024. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 09 jun. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: SEBRAE, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 10 jun. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Custos fixos e variáveis: entenda a diferença e como calculá-los.** Brasília: SEBRAE, 2025. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 09 jun. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Guia prático de planejamento financeiro.** Brasília: SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 09 jun. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Planejamento financeiro e gestão de pequenos negócios.** Brasília: SEBRAE, 2025. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 09 jun. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Plano financeiro: como calcular os custos do seu negócio.** Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/plano-financeiro-como-calculiar-os-custos-do-seu-negocio>. Acesso em: 09 jun. 2025.

SIMPLESVET. **Tendências do mercado pet em 2025.** Disponível em: <https://simplesvet.com/blog/tendencias-do-mercado-pet/>. Acesso em: 08 jun. 2025.

- **APÊNDICE A – Questionário - Pesquisa de Mercado para Abertura de um Pet Shop**

Questionário – Pesquisa de Mercado para Abertura de Pet Shop em Chapecó – SC

Este questionário tem o objetivo de coletar informações para um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) sobre a viabilidade de abrir um pet shop na cidade de Chapecó – SC do curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS - Campus Chapecó). As respostas são anônimas e utilizadas apenas para fins acadêmicos.

Tempo de resposta: cerca de 4 minutos.

1. Você reside atualmente em Chapecó – SC?

- Sim
- Não

2. Faixa etária:

- Menos de 18 anos
- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 anos ou mais

3. Gênero:

- Feminino
- Masculino
- Outro
- Prefiro não informar

4. Faixa de renda familiar mensal:

- Até 1 salário mínimo (até R\$ 1.412)
- De 1 a 2 salários mínimos (R\$ 1.413 a R\$ 2.824)
- De 2 a 3 salários mínimos (R\$ 2.825 a R\$ 4.236)
- De 3 a 5 salários mínimos (R\$ 4.237 a R\$ 7.060)
- De 5 a 10 salários mínimos (R\$ 7.061 a R\$ 14.120)
- Acima de 10 salários mínimos (mais de R\$ 14.120)
- Prefiro não informar

2. Você possui animal de estimação?

- Sim
- Não → (encerrar o questionário com agradecimento)

3. Quais animais você possui? (*marque todos que se aplicam*)

- Cão

- Gato
- Pássaros
- Peixes ornamentais
- Roedores (hamsters, porquinhos-da-índia...)
- Répteis
- Outros: _____

4. Quantos animais de estimação você tem?

- 1
- 2
- 3
- 4
- Mais de 4

5. Com que frequência você compra produtos para seu(s) pet(s)?

- Semanalmente
- Quinzenalmente
- Mensalmente
- Apenas quando necessário

6. Onde você costuma adquirir produtos para seu pet? *(marque todos que se aplicam)*

- Pet shops físicos
- Agropecuárias
- Supermercados
- Farmácias
- Lojas online (Petlove, Cobasi, Shopee etc.)
- Direto com criadores/veterinários
- Outros: _____

7. Quais produtos você mais consome para seu pet? *(marque até 3 opções)*

- Rações
- Petiscos
- Brinquedos
- Acessórios (coleiras, camas, roupas)
- Produtos de higiene
- Medicamentos
- Outros: _____

8. Você utiliza serviços como banho, tosa ou consulta veterinária?

- Sim
- Não

9. Com que frequência utiliza esses serviços?

- Semanalmente
- Quinzenalmente

- Mensalmente
- Apenas quando necessário

10. Quais serviços você considera importantes ou teria interesse em utilizar? (*marque até 3 opções*)

- Banho e tosa
- Consultas veterinárias
- Vacinação
- Day care (creche)
- Hospedagem
- Adestramento
- Spa pet / estética animal
- Telemedicina veterinária
- Outros: _____

11. Você gostaria de agendar serviços do pet shop via aplicativo ou site?

- Sim
- Não
- Talvez

12. Você compraria produtos para seu pet online com entrega em casa?

- Sim
- Não
- Talvez

13. Qual diferencial você gostaria que um pet shop oferecesse em Chapecó?
(*Resposta aberta*)

14. Você considera importante que o pet shop tenha ações sociais (como adoção, castração ou apoio a ONGs)?

- Sim
- Não
- Indiferente

15. Você recomendaria um novo pet shop com serviços inovadores e atendimento humanizado?

- Sim
- Não
- Depende do preço e localização

Agradecemos muito sua participação! Sua resposta é essencial para este projeto.

- **APÊNDICE B – Sumário Executivo Mundo Pet Chapecó**

O presente plano de negócios tem como finalidade apresentar o projeto de implantação da empresa Mundo Pet Chapecó, um pet shop completo e inovador, com sede na cidade de Chapecó – Santa Catarina. A proposta do empreendimento é atuar no mercado de produtos e serviços voltados ao bem-estar animal, com foco na excelência no atendimento, estrutura moderna e soluções integradas aos tutores de animais de estimação.

A missão da empresa é: “Oferecer soluções completas e humanizadas para o cuidado, bem-estar e saúde dos animais de estimação, proporcionando experiências positivas tanto para os pets quanto para seus tutores.”

A empresa contará com uma loja física de 300 m² estrategicamente localizada em zona urbana residencial de Chapecó, com fácil acesso e estrutura dividida entre recepção, loja, hotel pet com 20 baias, creche e recreação externa, consultório veterinário, banho e tosa e escritório administrativo. A Mundo Pet oferecerá mais de 80 produtos certificados (alimentos, acessórios, medicamentos, higiene e bem-estar), além de serviços especializados como banho e tosa, consultas clínicas, hospedagem, recreação e atendimento personalizado com agendamento digital.

O público-alvo são tutores de cães e gatos residentes em Chapecó e região, especialmente mulheres jovens, economicamente ativas e conectadas às redes sociais, conforme identificado na pesquisa de campo realizada com 154 tutores locais. A análise de mercado apontou que 89,6% dos entrevistados possuem pets, e 74,7% têm interesse direto em contratar os serviços ofertados pela empresa.

Como diferencial competitivo, a Mundo Pet Chapecó oferece uma proposta de atendimento completo em um só lugar, com presença digital ativa, estrutura planejada, fidelização de clientes e engajamento com causas sociais e ambientais. O projeto prioriza o atendimento humanizado, conveniência e responsabilidade com o bem-estar animal. A empresa será constituída como sociedade limitada (LTDA), com enquadramento tributário no Simples Nacional, utilizando os CNAEs 96.09-2/08 e 47.89-0/04, que contemplam serviços e comércio no setor pet. O investimento inicial total para implantação do empreendimento é de R\$463.822,56, conforme lançado integralmente no fluxo de caixa do mês de abertura. As projeções financeiras estimam uma receita bruta anual de R\$2.847.600,00, com lucro líquido anual de R\$789.056,28.

Com base na análise mercadológica, estratégica e financeira, conclui-se que a abertura da Mundo Pet Chapecó é economicamente viável e estrategicamente promissora, com

potencial de retorno ainda no primeiro ano e capacidade de consolidação como referência no setor pet da região oeste catarinense.