

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS FACULDADE DE CIÊNCIAS  
ECONÔMICAS CENTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM  
ADMINISTRAÇÃO CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO  
ESTRATÉGICA**

**PLANO DE NEGÓCIO:  
VIABILIDADE FINANCEIRA SÓ PATAS PET SHOP**

**CAMILA ANACLETO ARAÚJO**

**Belo Horizonte  
2018**

**CAMILA ANACLETO ARAÚJO**

**PLANO DE NEGÓCIO:  
VIABILIDADE FINANCEIRA SÓ PATAS PET SHOP**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Especialização em Gestão Estratégica (Pós-Graduação Lato Sensu) do CEPEAD/CAD/FACE da Universidade Federal de Minas Gerais, com o objetivo de obtenção do Certificado de Especialista em Gestão Estratégica de Negócios.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a banca examinadora em 14 de Setembro de 2018.

Orientador: Professor Bruno Pérez Ferreira

**Belo Horizonte  
2018**

Ficha catalográfica

A663p Araújo, Camila Anacleto.  
2018 Plano de negócio [manuscrito]: viabilidade financeira Só Patas  
Pet Shop / Camila Anacleto Araújo. – 2018.  
68 f.

Orientador: Bruno Pérez Ferreira.  
Monografia (especialização) – Universidade Federal de  
Minas Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em  
Administração.

Inclui bibliografia.

1. Administração. I. Ferreira, Bruno Pérez. II.  
Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-  
Graduação e Pesquisas em Administração. IV. Título.

CDD: 658

Elaborado por Fabiana Pereira dos Santos CRB-6/2530  
Biblioteca da FACE/UFMG. – FPS/131/2020



Universidade Federal de Minas Gerais  
Faculdade de Ciências Econômicas  
Departamento de Ciências Administrativas  
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração  
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO da Senhora **CAMILA ANACLETO ARAÚJO**, REGISTRO Nº **2016716139**. No dia 14/09/2018 às 19:00 horas, reuniu-se na Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**PLANO DE NEGÓCIO: VIABILIDADE FINANCEIRA SÓ PATAS PET SHOP**", requisito para a obtenção do **Título de Especialista**. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Professor Bruno Pérez Ferreira, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra à aluna para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas da aluna. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da aluna e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

( ) APROVAÇÃO CONDICIONADA A SATISFAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS CONSTANTES NO VERSO DESTA FOLHA, NO PRAZO FIXADO PELA BANCA EXAMINADORA - PRAZO MÁXIMO DE 60 (SESSENTA) DIAS

( ) NÃO APROVADO

90 pontos (nausulas pontos) trabalhos com nota maior ou igual a 60 serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente à aluna pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 14/09/2018.

Prof. Bruno Pérez Ferreira  
(Orientador)

Profa. Eliana Márcia Martins Pittipaldi Torga

## RESUMO

O foco do trabalho apresentado foi o estudo de viabilidade de um pet shop no bairro Ouro Preto em Belo Horizonte baseado na metodologia do plano de negócio disponível pelo SEBRAE.

A empresa será destinada ao público canino de todas as raças e tamanhos. Além de contar com serviços de banho e tosa, consultas veterinárias atuará também na venda de produtos de pet shop com o objetivo de oferecer o que há de mais moderno no mundo pet.

Através da plataforma do plano de negócios, foram estudados a viabilidade financeira, o desempenho do empreendimento e as técnicas de avaliação financeira do projeto.

O plano de negócio permite ao empreendedor conhecer mais sobre o ramo que atuará, seus produtos, serviços e clientes tornando-o seguro para as tomadas de decisão. É possível visualizar de forma clara seus pontos fortes e fracos e atuar de forma precisa com o objetivo de minimizar os gargalos que a empresa possa vir a desenvolver.

**Palavras-chave:** Pet Shop, plano de negócio.

## **ABSTRACT**

The focus of this work is the feasibility study of a pet shop in Ouro Preto neighborhood in Belo Horizonte. The study is based on the methodology of business plan given by SEBRAE.

The shop will target the canine public of all breeds and sizes. Bath and trimming services will be offered, as well as a veterinarian consultant will be at customer's disposal in the pet shop, in order to show the most modern products in the world.

The financial viability, the performance of the project and the financial assessment techniques were studied using the platform business plan.

It allows the entrepreneur to know more about the branch that he will target on, its services, products and clients, making it safer for decision, as well as to visualize its strengths and weaknesses, so that it will be possible to take action more accurately in order to minimize the downside of an economical difficult situation that the shop might as well suffer.

**Key-words:** Pet Shop, Business Plan.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1-Recursos Necessários .....	21
Figura 2 - Estrutura Gerencial de Resultados .....	22
Figura 3 - Resumo Financeiro .....	23
Figura 4 - Rendimento Poupança .....	23
Figura 5- Indicadores de Desempenho: Rentabilidade .....	24
Figura 6- Indicadores de Desempenho: Valor Presente Liquido (VPL) .....	24
Figura 7- Indicadores de Desempenho: Taxa Interna de Retorno (TIR) .....	25
Figura 8- Indicadores de Desempenho: Prazo de Retorno do Investimento .....	25
Figura 9-Ponto de Equilíbrio .....	26

## LISTA DE ANEXOS

Anexo 1- Tabela de Investimento .....	33
Anexo 2- Tabela de Custos .....	37
Anexo 3- Tabela de Estoque .....	40
Anexo 4- Estimativa de Faturamento Mensal .....	43
Anexo 5- Custos Fixos .....	44
Anexo 6- Estrutura Gerencial de Resultados .....	45
Anexo 7- Indicadores Financeiros .....	46
Anexo 8- Prazos e Estoques .....	47
Anexo 9- Mão de Obra.....	48
Anexo 10- Tributos.....	49
Anexo 11- Comissões e Outros Custos Variáveis.....	51
Anexo 12- Sazonalidade.....	52
Anexo 13- Processo Operacional.....	53
Anexo 14- Lay Out.....	54
Anexo 15- Logomarca, Missão, Visão e Valores da Empresa.....	55
Anexo 16- Identificação das Necessidades.....	57

Anexo 17- Estratégia de Produto.....	58
Anexo 18- Estratégia de Promoção.....	59
Anexo 19- Estratégia de Distribuição.....	60
Anexo 20- Estratégia de Preço.....	61
Anexo 21- Estratégia de Comunicação.....	62
Anexo 22-Força de Vendas.....	63
Anexo 23- Visão Geral do Mercado.....	64
Anexo 24- Ambiente de Atuação.....	65
Anexo 25- Segmentação do Mercado.....	66
Anexo 26- Entrevista Consumidor Pessoa Física.....	67
Anexo 27- Entrevista Concorrente .....	68

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2. OBJETIVOS.....</b>	<b>10</b>
2.1. Objetivo Geral.....	10
2.2. Objetivos Específicos.....	10
2.3. Justificativa.....	10
<b>3.REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>12</b>
3.1. Análise Financeira e Plano de Negócio.....	14
<b>4. METODOLOGIA .....</b>	<b>19</b>
4.1. Tipos de Pesquisas .....	19
4.2. Teste Plano de Negócio .....	20
<b>5. RESULTADO .....</b>	<b>21</b>
5.1 Lucratividade .....	23

5.2. Valor Líquido Presente (VPL) .....	24
5.3. Taxa Interna de Retono (TIR) .....	24
5.4. Prazo Interno de Retorno .....	25
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	
<b>27</b>	
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	
<b>29</b>	



## 1. INTRODUÇÃO

Pesquisas mostram que as famílias não estão mais vendo seus animais como animais e sim como parte da família e, para aqueles que não podem ter filhos ou possuem algum tipo de depressão estes animais tem ajudado na cura de seus problemas, pois se tornam companheiros inseparáveis. Por este motivo também é que os cães estão ganhando espaço e sendo tratados com o que há de mais moderno no mundo animal. A tecnologia de seus produtos chegam até mesmo a disputarem com às dos seres humanos.

Devido a crise que o país está enfrentando, muitas pessoas que perderam seus empregos formais, estão empreendendo como forma de necessidade. Segundo reportagem do GLOBO.COM (2017) , nos últimos 3 anos e meio cerca de 11,1 milhões de empreendimentos foram abertos. As pessoas encontram na necessidade uma oportunidade de ganharem dinheiro e se sustentarem.

Analisando esta situação foi decidido verificar a viabilidade de um pet shop na região do bairro Ouro Preto, cidade de Belo Horizonte, por se tratar de um nicho que está em crescente desenvolvimento. A cada dia fabricantes exploram mais esse lado e com isto as oportunidades aumentam.

O presente trabalho visa responder a seguinte questão de pesquisa: Qual a viabilidade financeira de um pet shop a ser empreendido no bairro Ouro Preto na cidade de Belo Horizonte?.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo Geral:**

Através de um plano de negócio estudar a viabilidade financeira de um pet shop no bairro Ouro Preto na cidade de Belo Horizonte.

### **2.2. Objetivos Específicos:**

- Discriminar o custo do empreendimento constatando a viabilidade ou inviabilidade do negócio;
- Verificar o desempenho do empreendimento considerando a área de empreendimento do negócio;
- Aplicar Técnicas de avaliação financeira do projeto; especificamente TIR, Valor presente líquido e índice de lucratividade;

### **2.3. Justificativa:**

Por se tratar de um mercado em crescimento expansivo mesmo em tempos onde o país tem vivido forte crise financeira e econômica, a oportunidade no ramo de prestação de serviços e vendas de produtos caninos é notória.

Cada vez mais, as pessoas estão visando pelo conforto e qualidade de vida de seus animais. Por isto tendem a investir em produtos e serviços que tragam aos seus animais bem estar e qualidade de vida. Os laços entre os animais e seus donos estão se tornando cada dia mais intensos.

Desta forma, para suprir esta demanda, o objetivo do Pet Shop é oferecer serviços visando atender proprietários de animais de estimação, além de comercialização de produtos, alimentos, cosméticos e acessórios do segmento canino.

De acordo com Chiavenato (2012), a rentabilidade e a liquidez são 02 pontos fundamentais que o gerenciamento financeiro permite visualizar. Ambos necessitam fluírem lado a lado, ou seja, os recursos financeiros e a liquidez precisam apresentar resultados ao mesmo tempo.

Mediante as ponderações acima, é importante e necessário à implantação do plano de negócios, onde será possível avaliar com clareza aspectos financeiros e econômicos e criar estratégias para que o empreendimento inicie de forma saudável.

### 3. REFERENCIAL TEÓRICO:

Para Gitman (2001) a análise de investimentos de longo prazo tem fundamental importância, tendo em vista a necessidade da empresa em decidir sobre alternativas que impactarão, positiva ou negativamente, os resultados, dependendo da decisão tomada. Uma função chave do administrador financeiro é a montagem do orçamento de capital – que nada mais é do que uma identificação quantificada das inversões a serem realizadas envolvendo o ativo permanente.

Gitman (2001) propõe que o lucro corporativo será diretamente influenciado pelas decisões estratégicas da empresa. E estas decisões são mais bem tomadas, quando se utilizam técnicas que permitem, por exemplo, planejar o financiamento dos gastos de capital, a compra de equipamentos, e onde, quando e quanto investir.

Logo, Gitman (2001) afirma que o orçamento de capital visa atender objetivos estratégicos fundamentais para o sucesso das empresas, sendo necessário que os seus elaboradores trabalhem com um amplo leque de informações, tais como: análise de mercado, localização física, análise de suprimentos, análise de custos, análise da carga tributária, análise de preços a serem praticados, análise de financiamento, elaboração do fluxo de caixa do projeto e determinação do custo de capital.

Várias técnicas podem ser utilizadas, para se avaliar propostas de investimentos, segundo Gitman (2001), estas técnicas podem ser divididas em limitadas e não-limitadas.

As técnicas não-limitadas trazem em seu bojo uma ou mais restrições de um conjunto de limitações que envolvem: uso do resultado contábil, desconsideração do valor do dinheiro no tempo, corte arbitrário no período de análise como afirma Gitman (2001).

Já as técnicas limitadas levam em conta toda a vida útil do projeto, se utilizam de fluxos de caixa e os descontam a uma taxa especificada. Tal taxa – que recebe diferentes denominações, tais como: custo de oportunidade, taxa de desconto, ou custo de capital da empresa – é aquela que, pelo menos, garanta que o valor de mercado da empresa permanecerá inalterado (Gitman, 2001).

A taxa média de retorno e o payback descontado são considerados como técnicas limitadas de investimento de capital. O método da taxa média de retorno, ou taxa de retorno contábil, consiste em dividir o lucro líquido médio anual estimado, pelo valor médio (ou total) do investimento durante a vida útil do projeto. Tal lucro líquido já está deduzido da depreciação e do imposto de renda (Gitman, 2001).

Gitman (2001) destaca que o payback é o prazo de retorno dos recursos investidos em um projeto; ou seja, é o período de tempo necessário para a recuperação do investimento inicial do projeto, através das entradas líquidas de caixa. O objetivo, quando se utiliza o payback, é a redução do risco e a valorização da liquidez. O payback tende a privilegiar a liquidez em detrimento da rentabilidade. Assim, pode causar dificuldade na aprovação de projetos com maturação de longo prazo, pois traz dentro de si um indicador de risco do projeto. Isto se explica pelo fato de que, quanto mais curto o prazo de retorno menor é o risco do projeto. Geralmente, as empresas utilizam este método, como complemento às técnicas mais avançadas, como o valor presente líquido e a taxa interna de retorno.

As técnicas não-limitadas de análise são aquelas que atendem a um conjunto de três características: trabalham com fluxos de caixa, utilizam em seu cálculo toda a vida econômica do projeto e levam em consideração o valor do dinheiro no tempo conforme defende Gitman (2001). Atendem a este trio de características, as técnicas do índice de lucratividade (IL), o valor presente líquido (VPL) e a taxa interna de retorno (TIR).

O índice de lucratividade (IL) é o quociente entre o valor presente dos fluxos de caixa futuros esperados e o valor do investimento inicial. Assim, usando esta fórmula básica, quando o IL for maior ou igual a 1, o valor descontado dos benefícios monetários produzidos será superior ou igual ao desembolso inicial de caixa, em moeda de um mesmo momento. Já quando o IL for inferior a 1, o projeto deverá ser rejeitado, pois não é economicamente viável, tendo em vista o benefício gerado ser inferior ao seu custo. A técnica do valor presente líquido (VPL) consiste na diferença entre o valor presente das entradas líquidas de caixa descontadas ao custo de capital da empresa e o valor da saída de caixa para investimento. O VPL é considerado a principal ferramenta para analisar projetos de investimentos. Talvez porque sua utilização para a tomada de decisões facilite alcançar o principal objetivo do administrador financeiro: a maximização da riqueza, conforme o caso, do proprietário ou do acionista. A taxa interna de retorno (TIR) é definida como a taxa pela qual um investimento é recuperado por meio dos rendimentos auferidos de um projeto. Operacionalmente a TIR é obtida encontrando-se a taxa de desconto que iguala o valor presente dos fluxos de caixa futuros ao investimento inicial (Gitman, 2001).

### **3.1. Análise Financeira e plano de negócio**

A análise financeira e o planejamento são a preparação de trabalhos para diversos tipos de empreendimento, que levam em consideração alguns métodos e roteiros. Segundo DUBOIS, KULPA e SOUZA, 2008. “É um processo que considera um conjunto de ações coordenado, visando atingir certos objetivos”.

“O planejamento tentará colocar em prática uma estratégia de produção, que considerará a tecnologia disponível para que a empresa possa fabricar, da maneira mais econômica possível, as quantidades que o setor de vendas estima comercializar”. (DUBOIS, KULPA e SOUZA, 2008, p.8).

Na mesma linha, os autores Dubois, Kulpa e Souza (2008) afirmam que o planejamento financeiro é a forma utilizada pelas empresas para administração de sua renda, a fim de diminuir e controlar seus gastos visando à lucratividade. Através deste planejamento é possível projetar tomadas de decisões mais precisas e assertivas.

É de suma importância no planejamento financeiro que a empresa reserve o capital de giro, pois o capital de giro é aquilo que a empresa precisa dispor para honrar os seus compromissos em um determinado período.

Os investimentos fixos são representados por bens que serão consumidos a médio e longo prazo.

Os custos fixos não se alteram na mesma proporção da produtividade, são contas que independentemente da venda e do faturamento do fato do mês deverão ser pagas.

Os custos variáveis variam de acordo com a venda de produtos ou com a prestação de serviços.

Para Gitman (2001) o controle de Estoques é um procedimento comum e imprescindível para se cumprir pois tem como objetivo o giro de materiais e/ou produtos, pois controla as quantidades disponíveis em um espaço e impede que ocorram perdas de vendas resultantes de faltas.

Cunha e Ferla(1997) afirmaram que o plano de negócio consiste no conjunto de informações sobre o futuro empreendimento como suas principais características resultando na análise da viabilidade e os respectivos riscos.

Ele é muito importante tendo em vista a tendência que tem a maioria dos seres humanos de priorizar uma visão parcial do novo negócio. É necessário que você pense e analise todas as facetas do novo negócio, para evitar o esquecimento de dados que reflitam a real possibilidade de negócio, para evitar o esquecimento de dados que reflitam a real possibilidade de negócio dar certo. (CUNHA e FERLA, 1997, p. 73)

Os autores Cunha e Ferla(1997) também relataram que o plano de negócio possui três objetivos:

Em primeiro lugar, ele é um plano que pode ser usado para desenvolver ideias a respeito de como o negócio deve ser conduzido. É uma oportunidade para refinar estratégias e "cometer erros no papel" em lugar de na vida real [...]. Em segundo lugar, um plano de negócios é uma ferramenta retrospectiva, em relação a qual um empresário pode avaliar o desempenho atual de uma empresa ao longo do tempo [...] A terceira razão para se redigir um Plano de negócios é aquela da qual as pessoas se lembram em primeiro lugar, isto é, levantar dinheiro[...] (CUNHA e FERLA, 1997, p. 73)

É o setor de vendas que fornecerá os fundamentos para que seja elaborado o orçamento. Este orçamento é composto por três elementos básicos: Operacional; Financeiro e Capital.

No orçamento operacional são efetuados os cálculos referentes à estimativa de vendas, produção, despesas e lucro. Sendo que neste ponto, se atingirá a posição patrimonial.

“Quando a empresa efetua o orçamento de produção, ela deve levar em consideração os fatores referentes aos materiais que serão usados, à mão de obra direta, aos custos indiretos de fabricação e às variações dos níveis de estoque”. (DUBOIS, KULPA e SOUZA, 2008, p.8).

Dessa forma a empresa tem condições para orçar os seus custos e também as despesas de vendas, administrativas e financeiras. Com o planejamento operacional é possível identificar o cenário a curto tempo.

O segundo passo a ser dado, é a realização do orçamento financeiro, o qual se constitui no orçamento de caixa, que em essência é uma cronologia das entradas e saídas de recursos financeiros. Dubois, Kulpa e Souza (2008) afirmam que as atividades operacionais não podem ser realizadas sem que a empresa disponha de bens de longa duração, tais como: máquinas, equipamentos, veículos, móveis e utensílios.

O orçamento de capital é caracterizado pelas estimativas dos bens citados que serão utilizados necessariamente para a elaboração dos itens que a empresa pretende produzir e comercializar. Uma vez que todas as atividades da empresa tenham sido planejadas, é hora de colocá-las em andamento. “O ponto fundamental é a boa organização e focalização dos elementos planejados com que as atividades devam ser executadas”. (DUBOIS, KULPA e SOUZA, 2008, p.9). O controle é uma das mais importantes funções da gestão e se constitui no monitoramento da execução das atividades enquanto elas ocorrem.

Sem o controle, o sucesso das funções anteriores não pode ser assegurado sob condições normais e conscientes da boa administração. Deve ser analisada a apuração dos desvios entre o que deveria ser atingido e o que realmente ocorreu, ou seja, a identificação das variações entre o previsto e o realizado. (DUBOIS, KULPA e SOUZA, 2008, p.9).

Atualmente, as empresas têm notado que é necessário equilibrar as vantagens obtidas com a livre atuação do planejamento com as do controle. Elas estão percebendo que a livre atuação do corpo gerencial é fundamental para a elaboração do planejamento, no que tange às novas ideias e, principalmente, às tomadas de decisão. Portanto, deverão ser elaborados relatórios que farão parte dos instrumentos que integrarão todo o sistema gerencial e assim surge a contabilidade de custos como um mecanismo de processamento de dados e geração de informações que auxiliarão a alta direção.

“A contabilidade de custos deixou de ser uma atividade executada apenas para fins de determinação de estoques para balanço e vem convergindo para ser usada como elemento de auxílio às decisões contribuindo para o desenvolvimento da contabilidade gerencial”. (DUBOIS, KULPA e SOUZA, 2008, p.10).

## **4. METODOLOGIA**

A metodologia tem como papel principal descrever o caminho percorrido para o desenvolvimento do trabalho. A ferramenta principal utilizada no trabalho foi a elaboração do plano de negócios para que pudesse ser evidenciado a viabilidade ou inviabilidade da abertura de um pet shop voltado para o público canino.

Posterior a coleta de dados e pesquisa, é importante que todas informações sejam colocadas de forma clara e objetiva.

### **4.1. Tipos de Pesquisas**

O trabalho executado contou com pesquisas bibliográficas, consultas ao site do SEBRAE coletando informações de como fazer um plano de negócios e levantamento de dados. O plano de negócio seguiu o modelo disponível no site do SEBRAE do Paraná (2017).

Gil (2002) afirma que pesquisas bibliográficas são desenvolvidas com base de informações contidas em livros de artigos científicos e base de dados. Este método tem como vantagem uma visão mais ampla quando se comparado àquilo que poderia ser pesquisado diretamente.

A pesquisa bibliográfica contou com o conhecimento de renomados autores como CHIAVENATTO (2007), GITMAN (2001), DUBOIS (2008) dentre outros onde foi possível o enriquecimento de informações relevantes como por exemplo, conceitos sobre plano de negócio, técnicas financeiras para controle e medição de indicadores financeiros.

O plano do SEBRAE permite ao empreendedor enxergar com clareza aspectos financeiros, de marketing, taxas de retorno para que as tomadas decisivas ocorram de forma segura e no momento exato.

#### **4.2. Teste plano de Negócio**

Para obter informações do mercado foi realizado a pesquisa com um concorrente e um consumidor utilizando o questionário disponível no plano de negócios do SEBRAE na aba análise de mercado (ANEXOS 25 e 26). Tanto o consumidor quanto o concorrente foram escolhidos de forma aleatórias . Por motivos de privacidade e desejo dos mesmos, seus nomes foram ocultados.

Desta entrevista, foi possível identificar as necessidades que os clientes precisam e buscam e o que os concorrentes diretos oferecem e como atuar de forma a conquistar o espaço no mercado .

Embora o mercado esteja em expansão e responda de forma positiva em meio a crise que o país se encontra, os resultados encontrados são instáveis podendo mudar caso o mercado econômico apresente piora. O comportamento das pessoas seria o primeiro ponto a ser alterado o que poderia tornar os dados da pesquisa incertos.

## 5. RESULTADOS

Baseado nas informações obtidas no plano de negócio o empreendimento terá um custo inicial de R\$ 116.568,92 sendo que deste valor R\$ 24.560,92 corresponderá ao capital de giro (FIG.1) . O custo inicial será adquirido de capital próprio, não havendo a necessidade de financiamento para a empresa.

Recursos Necessários	
Investimento	92.008,02
Capital de Giro	24.560,90
<b>Total</b>	<b>116.568,92</b>
Financiamento	-
Capital Próprio	116.568,92

Figura 1 – Recursos Necessários.

Os valores visualizados no investimento fixo apresentados na FIG.2 são reais e foram obtidos nas pesquisas de campo efetuadas.

Como a empresa contará com política de promoções, descontos e são oferecidos produtos e serviços de baixo valor, estima-se que 45% do total de receitas da empresa ocorram através de pagamento à vista (FIG.2). A estimativa é satisfatória visto que a empresa não precisará arcar com os pagamentos de taxas as administradoras de cartões e o dinheiro em caixa poderá cobrir o custo próprio da empresa. O retorno será em curto prazo.

O restante da receita, 55%, ocorrerá através de vendas a prazo (FIG.2). Como a empresa trabalhará com a política de parcelamento da compras acredita-se que seja possível captar mais clientes para que futuramente estes possam estar agregando e aumentando o percentual das vendas a vista.

O Só Patas Pet Shop é uma sociedade limitada com regime tributário simples nacional que possui uma carga tributária menor. A carga tributária do empreendimento está prevista para 8,29% conforme FIG. 2. Os encargos do simples nacional podem ser pagos através de uma guia única, o que permite ao empreendedor facilidade no pagamento.

ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS		
DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%
<b>1. Receita Total</b>	<b>95.696,90</b>	<b>100,00%</b>
Vendas (à vista)	43.063,61	45,00%
Vendas (a prazo)	52.633,30	55,00%
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	<b>58.713,32</b>	<b>61,35%</b>
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria + Custo do Serviço)	44.635,95	46,64%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)	8,29% 7.933,27	8,29%
Impostos Estaduais (ICMS)		
Imposto Municipal (ISS)		
Previsão de Inadimplência	0,50% 478,48	0,50%
Comissões	2.648,12	2,77%
Cartões de Crédito e Débito	2.057,48	2,15%
Outros Custos Variáveis	960,00	1,00%
<b>3. Margem de Contribuição</b>	<b>36.983,58</b>	<b>38,65%</b>
<b>4. Custos Fixos Totais</b>	<b>24.566,93</b>	<b>25,67%</b>
Mão-de-Obra + Encargos	8.268,71	8,64%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	5.550,00	5,80%
Água	750,00	0,78%
Luz	880,00	0,92%
Telefone	99,00	0,10%
Contador	2.150,00	2,25%
Despesas com Veículos	800,00	0,84%
Material de Expediente e Consumo	680,00	0,71%
Aluguel	2.500,00	2,61%
Seguros	0,00	0,00%
Propaganda e Publicidade	2.300,00	2,40%
Depreciação Mensal	589,22	0,62%
Manutenção	0,00	0,00%
Condomínio	0,00	0,00%
Despesas de Viagem	0,00	0,00%
Serviços de Terceiros	0,00	0,00%
Ônibus, Táxis e Selos	0,00	0,00%
Outros Custos Fixos	0,00	0,00%
<b>5. Resultado Operacional</b>	<b>12.416,66</b>	<b>12,97%</b>
<b>6. Investimentos</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00%</b>
Financiamento	0,00	0,00%
<b>7. Imposto Renda Pessoa Jurídica e Contribuição Social (Presumido/Real)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00%</b>
Imposto de Renda Pessoa Jurídica - IRPJ	0,00	0,00%
Contribuição Social - CS	0,00	0,00%
<b>8. Resultado Líquido Financeiro</b>	<b>12.416,66</b>	<b>12,97%</b>

Figura 2- Estrutura Gerencial de Resultados.

### 5.1. Lucratividade e Rentabilidade

O Só Patas Pet Shop terá uma lucratividade inicial de 12,97% ao mês considerando que o faturamento mensal inicial do empreendimento é R\$ 95.696,90 e o lucro líquido de R\$ 12.416,66 (FIG. 3).

Faturamento	95.696,90	
Custos Variáveis	58.713,32	61,35%
Custos Fixos	24.566,93	25,67%
Investimentos	-	0,00%
Resultado	12.416,66	12,97%

Figura 3- Resumo Financeiro.

Baseado nos resultados apresentados é possível identificar que o negócio estudado é de fato lucrativo e rentável.

Mesmo que os riscos sejam maiores do que se aplicados em uma caderneta de poupança, ainda sim a lucratividade e rentabilidade são superiores. Segundo dados do BANCO CENTRAL (2018), no dia 28 de julho, a rentabilidade da poupança fechou em 0,3715% a.m como mostra a FIG. 4, enquanto a rentabilidade do pet shop está em 10,65% a.m (FIG.5).



Figura 4- Rendimento Poupança  
Fonte: Banco Central; 28/07/2018.

Indicadores de Desempenho	
<b>Margem de Contribuição</b>	38,65%
<b>Rentabilidade</b>	
Operacional	10,65%
Resultado Final	10,65%
<b>Endividamento Geral</b>	
Grau de Endividamento	0,00%
<b>Lucratividade</b>	
Operacional	12,97%
Resultado Final	12,97%
<b>Prazo de Retorno do Investimento</b>	
Operacional	39 meses
Resultado Final	39 meses
<b>Taxa de Retorno</b>	
TMA - Taxa Mínima de Atratividade	8,00%
TIR - Taxa Interna de Retorno	9,49%
VPL - Valor Presente Líquido	77.726,34

Figura 5 – Indicadores de Desempenho: Rentabilidade.

## 5.2. Valor Líquido Presente ( VPL)

O valor líquido Presente do empreendimento é R\$ 77.726,34 o que reafirma que o empreendimento é viável( FIG. 6).

Indicadores de Desempenho	
<b>Margem de Contribuição</b>	38,65%
<b>Rentabilidade</b>	
Operacional	10,65%
Resultado Final	10,65%
<b>Endividamento Geral</b>	
Grau de Endividamento	0,00%
<b>Lucratividade</b>	
Operacional	12,97%
Resultado Final	12,97%
<b>Prazo de Retorno do Investimento</b>	
Operacional	39 meses
Resultado Final	39 meses
<b>Taxa de Retorno</b>	
TMA - Taxa Mínima de Atratividade	8,00%
TIR - Taxa Interna de Retorno	9,49%
VPL - Valor Presente Líquido	77.726,34

Figura 6- Indicadores de Desempenho : Valor Presente Líquido (VPL).

## 5.3. Taxa Interna de Retorno (TIR)

Mediante as informações obtidas no plano de negócio, a TIR do pet shop será de 9,49% o que significa que o empreendimento estará gerando uma rentabilidade suficiente para remunerar de forma adequada (FIG. 7).

Indicadores de Desempenho	
<b>Margem de Contribuição</b>	38,65%
<b>Rentabilidade</b>	
Operacional	10,65%
Resultado Final	10,65%
<b>Endividamento Geral</b>	
Grau de Endividamento	0,00%
<b>Lucratividade</b>	
Operacional	12,97%
Resultado Final	12,97%
<b>Prazo de Retorno do Investimento</b>	
Operacional	39 meses
Resultado Final	39 meses
<b>Taxa de Retorno</b>	
TMA - Taxa Mínima de Atratividade	8,00%
<b>TIR - Taxa Interna de Retorno</b>	9,49%
VPL - Valor Presente Líquido	77.726,34

Figura 7- Indicadores de Desempenho : Taxa Interna de Retorno (TIR).

#### 5.4. Prazo Interno de Retorno

Estima-se que o retorno de todo o dinheiro gasto em forma de lucro irá ocorrer em 39 meses o que equivalerá a quase 03 anos e meio após o início das atividades (FIG. 8). Pode-se afirmar que o prazo apresentado é satisfatório porém deve merecer atenção e cautela pois se ocorrer uma instabilidade no mercado todos os dados equacionados poderão ser comprometidos e quanto maior o prazo para este retorno maior será o risco e menor será a liquidez.

Indicadores de Desempenho	
<b>Margem de Contribuição</b>	38,65%
<b>Rentabilidade</b>	
Operacional	10,65%
Resultado Final	10,65%
<b>Endividamento Geral</b>	
Grau de Endividamento	0,00%
<b>Lucratividade</b>	
Operacional	12,97%
Resultado Final	12,97%
<b>Prazo de Retorno do Investimento</b>	
Operacional	39 meses
Resultado Final	39 meses
<b>Taxa de Retorno</b>	
TMA - Taxa Mínima de Atratividade	8,00%
TIR - Taxa Interna de Retorno	9,49%
VPL - Valor Presente Líquido	77.726,34

Figura 8 – Indicadores de Desempenho : Prazo de Retorno do Investimento.

Para que a empresa tenha todos os custos e despesas cobertos é necessário que se tenha um ponto de equilíbrio operacional e financeiro mensal de R\$ 63.568,17 o que corresponderá ao valor diário de R\$ 2.648,67 uma vez que a empresa funcionará de 2ª a sábado. Esse é o esforço necessário que a empresa deverá atingir para que não fique no prejuízo e sobreviva.

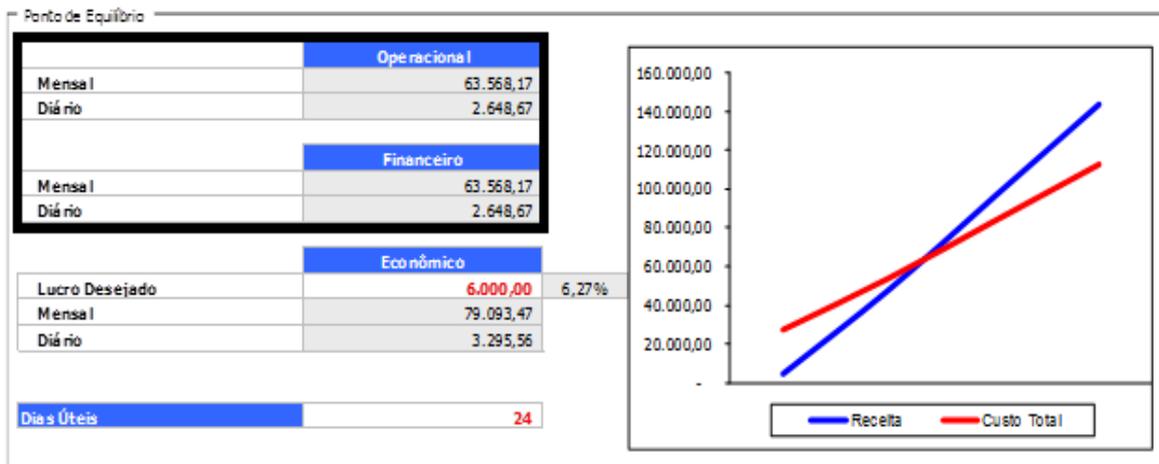


Figura 9 – Ponto de Equilíbrio.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o estudo da viabilidade do Só Patas Pet Shop, foi possível identificar que todo negócio depende de um bom planejamento e a empresa independentemente do tamanho ou segmento é um conjunto de partes que é composta por clientes, funcionários, fornecedores que interagem entre si. Estas relações são responsáveis pela dinâmica e futuro da empresa. É importante que o gestor esteja atento as necessidades e novidades que o ramo proporciona.

As empresas estão inseridas em um ambiente dinâmico, onde as decisões devem ser tomadas continuamente e com grande rapidez para que as oportunidades não sejam perdidas. Contudo, muitas destas decisões envolvem grandes somas de dinheiro e levarão ao sucesso ou ao fracasso das organizações nos anos vindouros, o que determina que tais decisões não podem ser tomadas imprudentemente. Daí a importância de que tais projetos sejam analisados com cuidado, seus fluxos de caixa sejam determinados com toda precisão que o ambiente de incerteza permita e que a técnica adequada seja identificada e diligentemente aplicada.

Foi possível concluir que a estratégia de marketing adotada no pet em realizar um cadastro dos clientes é eficiente, pois através deste cadastro será possível acompanhar a vida dos clientes nos mínimos detalhes. Tal estratégia certamente possua um grande peso para que as receitas cresçam de forma satisfatória.

Como resposta a um dos objetivos específicos, através do estudo dos custos do empreendimento e das técnicas de avaliação financeira foi possível concluir, com o auxílio das planilhas montadas que o negócio é viável, ou seja, após analisar a estrutura proposta, calcular os indicadores econômicos, as taxas e os valores empregados no

negócio que apresentou lucratividade o projeto poderá sair do papel. A empresa terá a lucratividade maior do que suas despesas.

Vale ressaltar que a empresa precisará de um esforço diário maior do que R\$ 2.648,67 para que esteja com a saúde financeira positiva e sustentável. Através do ponto de equilíbrio financeiro e operacional é possível traçar estratégias de vendas e as metas e as margens de contribuição dos produtos que a loja oferecerá.

No decorrer deste estudo e pesquisa, também foi possível concluir que o trabalho proposto será um grande desafio, já que o gestor não possui o conhecimento técnico sobre o ramo de atuação escolhido. Será necessário que o gestor se empenhe e participe de todas as etapas e treinamentos com o objetivo de entender e dominar o empreendimento escolhido.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AMERICANAS. **Computador corpcintel core i3 4gb ddr3, hd 500gb e monitor led 19.5**. Disponível em: <[https://www.amERICANAS.com.br/produto/38715096/computador-corpc-intel-core-i3-4gb-ddr3-hd-500gb-e-monitor-led-19-5?wt.srch=1&cor=preto&epar=bp\\_pl\\_00\\_go\\_inf\\_notebooks\\_todas\\_geral\\_gmv&gclid=eai aiqobchmi4n-k\\_lpk3aivumdich18mwdzeaqtyasabegjgg\\_d\\_bwe&opn=ysmesp&sellerid=71052559000375](https://www.amERICANAS.com.br/produto/38715096/computador-corpc-intel-core-i3-4gb-ddr3-hd-500gb-e-monitor-led-19-5?wt.srch=1&cor=preto&epar=bp_pl_00_go_inf_notebooks_todas_geral_gmv&gclid=eai aiqobchmi4n-k_lpk3aivumdich18mwdzeaqtyasabegjgg_d_bwe&opn=ysmesp&sellerid=71052559000375)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

ATTENTIVE NOVAS IDEIAS EM CONTABILIDADE. **Quais os impostos incidentes para um pet shop?**. Disponível em: <<https://attentivecontabilidade.com.br/quais-os-impostos-incidentes-para-um-pet-shop/>>. Acesso em: 26 jun. 2018.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Banco central do brasil**. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/pt-br#!/busca/rentabilidade%2520da%2520caderneta%2520de%2520poupan%25c3%25a7a>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

CÁLCULO EXATO. **Tabelas de contribuição mensal inss e irpf**. Disponível em: <<http://calculoexato.com.br/result.aspx?codmenu=trabfaixasireinss>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

CDL BELO HORIZONTE. **áquotas de issqn sofre alterações em belo horizonte**. Disponível em: <[http://www.cdlbh.com.br/portal/2960/noticias\\_cdl\\_bh/aiquotas\\_de\\_issqn\\_sofre\\_alteracoes\\_em\\_belo\\_horizonte](http://www.cdlbh.com.br/portal/2960/noticias_cdl_bh/aiquotas_de_issqn_sofre_alteracoes_em_belo_horizonte)>. Acesso em: 26 jun. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CUNHA, Cristiano De Almeida; FERLA, Luis Alberto. **Iniciando seu próprio negócio**. Florianópolis: LInstituto de Estudos Avançados, 1997.

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico. **Gestão de custos e formação de preços: Conceitos, Modelos e Instrumentos: Abordagem do Capital de Giro e da Margem de Competitividade**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

EL PAÍS. **Lares brasileiros já têm mais animais que crianças.** Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/09/opinion/1433885904\\_043289.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/09/opinion/1433885904_043289.html)>. Acesso em: 08 jun. 2018.

ELEVATE EQUIPAMENTOS & ACESSÓRIOS PARA BANHO E TOSA. **Buscar produtos.** Disponível em: <<https://www.elevage.com.br/buscarprodutos>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

FECOMÉRCIO SP. **Regras para abertura de pet shop são abrangentes e exigem atenção do empresário.** Disponível em: <<http://www.fecomercio.com.br/noticia/regras-para-abertura-de-pet-shop-sao-abrangentes-e-exigem-atencao-do-empresario>>. Acesso em: 07 jun. 2018.

G1 - ECONOMIA. **Crise faz o empreendedorismo por necessidade voltar a crescer no brasil.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/crise-faz-empendedorismo-por-necessidade-voltar-a-crescer-no-brasil.ghtml>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

GAZETA DO POVO. **Empresas de tecnologia desenvolvem serviços para o mercado pet.** Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/economia/empreender-pme/empresas-de-tecnologia-desenvolvem-servicos-para-o-mercado-pet-0ni6od4lfdh8mpsrvt3r8a7h>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. GITMAN, Lawrence J.. **Princípios de administração financeira essencial.** 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

HIDRAUSHOP. **Aquecedor solar soletrol digital.** Disponível em: <[http://hidraushop.com/produto/aquecedor-solar-soletrol-400-litros-digital-com-coletores-solares-de-2-0m-baixa-pressao/26957?gclid=EAIaIQobChMIycawv9SZ2wIVjUoNCh3Hlg0gEAQYBCABEGI5d\\_fD\\_BwE](http://hidraushop.com/produto/aquecedor-solar-soletrol-400-litros-digital-com-coletores-solares-de-2-0m-baixa-pressao/26957?gclid=EAIaIQobChMIycawv9SZ2wIVjUoNCh3Hlg0gEAQYBCABEGI5d_fD_BwE)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL - INSS - INSTITUTO NACIONAL DO SEGURO SOCIAL. **Tabela de contribuição mensal.** Disponível em: <<https://www.inss.gov.br/servicos-do-inss/calculo-da-guia-da-previdencia-social-gps/tabela-de-contribuicao-mensal/>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

O TEMPO - ECONOMIA. **Mercado pet fechou 2017 com crescimento de 7% em relação a 2016.** Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/capa/economia/mercado->

pet-fechou-2017-com-crescimento-de-7-em-rela%C3%A7%C3%A3o-a-2016-1.1560005>. Acesso em: 07 jun. 2018.

PET TRENDS - DISTRIBUIDORA DE PRODUTOS PET. **Compre online**. Disponível em: <<http://www.pettrends.com.br/compre-online/>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

PETLOVE. **O que seu pet precisa**. Disponível em: <<https://www.petlove.com.br>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

SAGE BLOG. **Tabela icms 2018 atualizada com as alíquotas dos estados**. Disponível em: <<https://blog.sage.com.br/tabela-icms-2018-atualizada/>>. Acesso em: 26 jun. 2018.

SALÁRIO.COM.BR. **Salário de atendente de consultório veterinário 2018**. Disponível em: <<http://www.salario.com.br/?s=Sal%C3%A1rio%20de%20atendente%20de%20consult%C3%B3rio%20veterin%C3%A1rio%202018>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

SALÁRIO.COM.BR. **Salário de auxiliar de limpeza 2018**. Disponível em: <<https://www.salario.com.br/profissao/auxiliar-de-limpeza-cbo-514320/>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

SALÁRIO.COM.BR. **Salário de banhista de animais domésticos 2018**. Disponível em: <<https://www.salario.com.br/profissao/banhista-de-animais-domesticos-cbo-519315/>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

SALÁRIO.COM.BR. **Salário de motorista entregador 2018**. Disponível em: <<https://www.salario.com.br/profissao/motorista-entregador-cbo-782310/>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

SALÁRIO.COM.BR. **Salário de tosador de animais domésticos 2018**. Disponível em: <<https://www.salario.com.br/profissao/tosador-de-animais-domesticos-cbo-519320/>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

SALÁRIO.COM.BR. **Salário de vendedor interno 2018**. Disponível em: <<https://www.salario.com.br/profissao/vendedor-interno-cbo-521110/>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

**SEBRAE. Como elaborar um plano de negócios.** Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/sebrae/portal%20sebrae/anexos/como%20elaborar%20um%20plano\\_baixa.pdf](http://www.sebrae.com.br/sebrae/portal%20sebrae/anexos/como%20elaborar%20um%20plano_baixa.pdf)>. Acesso em: 26 jun. 2018.

**SEBRAE. Simples nacional: mudanças para 2018.** Disponível em: <[http://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/AM/Banner/arquivo\\_1512481714.pdf](http://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/AM/Banner/arquivo_1512481714.pdf)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

**SEMINOVOS BH. Ford courier 1.6 l.** Disponível em: <[https://www.seminovosbh.com.br/?gclid=eaiaiqobchminyziplk3aivbpyzch0fjwo9eaaya\\_saaegkiwfd\\_bwe](https://www.seminovosbh.com.br/?gclid=eaiaiqobchminyziplk3aivbpyzch0fjwo9eaaya_saaegkiwfd_bwe)>. Acesso em: 27 jun. 2018.

**SIMPLES NACIONAL. Perguntas e respostas.** Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Perguntas/Perguntas.aspx>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

**SUBMARINO. Smart TV LED 32" LG 32LH570B HD com Conversor Digital 2 HDMI 1 USB Wi-Fi com Miracast e WiDi 60Hz.** Disponível em: <[https://www.submarino.com.br/produto/126878767/smart-tv-led-32-lg-32lh570b-hd-com-conversor-digital-2-hdmi-1-usb-wi-fi-com-miracast-e-widi-60hz?epar=102414&hl=lower&opn=COMPARADORESSUB&s\\_term=COMPARADOR ESSUB](https://www.submarino.com.br/produto/126878767/smart-tv-led-32-lg-32lh570b-hd-com-conversor-digital-2-hdmi-1-usb-wi-fi-com-miracast-e-widi-60hz?epar=102414&hl=lower&opn=COMPARADORESSUB&s_term=COMPARADOR ESSUB)>. Acesso em: 25 jun. 2018.

**SSPET. 5 tendências de mercado que seu pet shop não pode perder.** Disponível em: <<https://sspet.com.br/blog/5-tendencias-de-mercado-para-pet-shop/>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

**VOCÊ S/A. Mercado pet cresce graças a mudanças no comportamento dos donos de animais de estimação.** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/carreira/mercado-pet-cresce-gracas-a-mudancas-no-comportamento-dos-donos-de-animais-de-estimacao/>>. Acesso em: 07 jun. 2018.

## **ANEXO 1– Tabela de Investimento**

SÓCIOS	INVESTIMENTO	PORCENTAGEM		
Camila Anacleto Araújo	R\$ 58.284,46	50%		
Eduardo Dias Fonseca	R\$ 58.284,46	50%		
<b>Total Investimento</b>	R\$ 116.568,92	100%		
<b>OPÇÃO DE TRIBUTAÇÃO</b>				
Simples Nacional				
<b>Previsão de Investimento</b>				
Fixos	Descrição	Valor	Q.	Total
-		-	-	R\$ -
<b>Imóveis</b>				
O imóvel será alugado				
<b>Máquinas e Equipamentos</b>				
Aquecedor Solar <sup>2</sup>	Utilizado para aquecer a água através da energia solar	R\$ 3.078,00	1	R\$ 3.078,00
Desembolador <sup>1</sup>	Utilizado para pentear o animal	R\$ 38,90	2	R\$ 77,80
Máquina de Tosa Wahl KM2 Speed127V <sup>3</sup>	Utilizado para tosa animal	R\$ 649,90	2	R\$ 1.299,80
Máquina Mega Flex Bivolt p/ Acabamento e Tricotomia <sup>1</sup>	Utilizado para tosa animal	R\$ 161,10	2	R\$ 322,20
Novo Soprador Supera 127V Azul <sup>1</sup>	Utilizado para tosa animal	R\$ 669,00	1	R\$ 669,00
Prancha Bivolt <sup>1</sup>	Utilizado para pentear o animal	R\$ 109,00	2	R\$ 218,00
Kit Soprador + Secador + Mesa com Regulagem ROSA <sup>1</sup>	Utilizado para pentear / secar e apoiar o o animal	R\$ 2.099,00	3	R\$ 6.297,00
Trimmer De Pêlos110v <sup>1</sup>	Utilizado para pentear o animal	R\$ 141,37	2	R\$ 282,74
Lixadeira PediPaws Premium Chalesco <sup>1</sup>	Utilizado para lixar a unha do animal	R\$ 37,80	2	R\$ 75,60
Cortador de Unha Wahl2 em 1 - Cortador e Lixa <sup>3</sup>	Utilizado para cortar e lixar a unha do animal	R\$ 87,90	2	R\$ 175,80

<b>R\$ 12.495,94</b>				
<b>Móveis e utensílios</b>				
Atadura 10 Cm Caixa C/ 12 Pacotes <sup>1</sup>	Utilizado para curativos	R\$ 9,80	60	R\$ 588,00
Armário Em Fórmica De Parede <sup>3</sup>	Utilizado para armazenagem de materiais e medicamentos	R\$ 420,00	2	R\$ 840,00
Armário Em Fórmica Grande <sup>3</sup>	Utilizado para armazenagem de materiais e medicamentos	R\$ 890,00	2	R\$ 1.780,00
Armário Vitrine Grande <sup>3</sup>	Utilizado para exposição de mercadorias	R\$ 560,00	1	R\$ 560,00
Aventais <sup>1</sup>	Utilizado para higiene do atendente	R\$ 23,40	6	R\$ 140,40
Balcão Caixa Completo <sup>1</sup>	Utilizado na recepção	R\$ 1.860,00	1	R\$ 1.860,00
Banheira Grande Com Regulagem <sup>1</sup>	Utilizado para banho em animal de grande porte	R\$ 674,10	2	R\$ 1.348,20
Banheira Pequena com Regulagem <sup>1</sup>	Utilizado para banho em animal de pequeno porte	R\$ 692,10	1	R\$ 692,10
Banqueta Em Ferro Zincado <sup>1</sup>	Utilizado para assentar	R\$ 105,00	6	R\$ 630,00
Bebedouro <sup>3</sup>	Utilizado na recepção	R\$ 450,00	1	R\$ 450,00
Cambão Para Contenção De Inox <sup>1</sup>	Utilizado para conter animais	R\$ 405,00	3	R\$ 1.215,00
Canil/Gatil de 03 Lugares para Banho e Tosa e Pet Shop em Aço <sup>1</sup>	Utilizado como abrigo para o animal	R\$ 711,00	5	R\$ 3.555,00
Escova De Madeira <sup>3</sup>	Utilizado para pentear o animal	R\$ 19,90	4	R\$ 79,60
Gôndola Central - Base Mais 04 Prateleiras <sup>1</sup>	Utilizado para exposição de mercadorias	R\$ 765,00	2	R\$ 1.530,00

Gôndola De Parede Para Pet Shop <sup>1</sup>	Utilizado para exposição de mercadorias	R\$ 562,00	2	R\$ 1.124,00
Lâmina De Tosa N•10 <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 123,98	2	R\$ 247,96
Lâmina De Tosa N•3.3/4 13mm <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 214,20	2	R\$ 428,40
Lâmina De Tosa N•30 <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 130,50	2	R\$ 261,00
Lâmina De Tosa N•4 <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 199,00	2	R\$ 398,00
Lâmina De Tosa N•40 <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 130,50	2	R\$ 261,00
Lâmina De Tosa N•4f <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 174,60	2	R\$ 349,20
Lâmina De Tosa N•5 <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 172,80	2	R\$ 345,60
Lâmina De Tosa N•5/8 19mm <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 153,00	2	R\$ 306,00
Lâmina De Tosa N•5f <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 174,60	2	R\$ 349,20
Lâmina De Tosa N•7/8 <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 153,00	2	R\$ 306,00
Lâmina De Tosa N•7 <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 199,00	2	R\$ 398,00
Lâmina De Tosa N•7F <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 153,00	2	R\$ 306,00
Mascara Descartável Pct 100 <sup>1</sup>	Utilizados para proteção	R\$ 13,05	2	R\$ 26,10
Scalp C/ 50unidade <sup>1</sup>	Utilizados para proteção	R\$ 28,31	2	R\$ 56,62
Televisão 32 Polegadas Smart	Utilizado na recepção	R\$ 1.100,00	1	R\$ 1.100,00
Tesoura Reta 8.5" Preta + RasqueadeiraClassicaProPetz <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 242,10	3	R\$ 726,30
Tesoura Tubarão 7" Preta + RasqueadeiraClassicaProPetz <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 242,10	3	R\$ 726,30
Tesoura Semi Dentada 7" Preta + RasqueadeiraClassicaProPetz <sup>1</sup>	Utilizado para tosa o animal	R\$ 242,10	3	R\$ 726,30
				<b>R\$ 23.710,28</b>

<b>Veículos</b>				
Ford courier 1.6i - 2002 <sup>5</sup>	Utilizado para os serviços de transporte dos cães	R\$ 13.500,00	1	R\$ 13.500,00
				<b>R\$ 13.500,00</b>
<b>Computadores</b>				
Computador completo Intel <sup>6</sup>		R\$ 1.250,00	3	R\$ 3.750,00
				<b>R\$ 3.750,00</b>
<b>Total Financeiros</b>				<b>R\$ 53.456,22</b>

Fonte: <https://www.elevage.com.br> <sup>1</sup>

<http://hidraushop.com> <sup>2</sup>

<https://www.petlove.com.br> <sup>3</sup>

<https://www.submarino.com.br> <sup>4</sup>

<https://www.seminovosbh.com.br> <sup>5</sup>

<https://www.americanas.com.br> <sup>6</sup>

## ANEXO 2 – Tabela de Custos

<b>CUSTOS</b>			
<b>Materiais / mercadorias vendidas</b>	<b>Q.</b>	<b>Custo Unit</b>	<b>Total</b>
Apito super sônico p/ adestramento <sup>2</sup>	10	R\$ 14,90	R\$ 149,00

<b>CUSTOS</b>			
Materiais / mercadorias vendidas	Q.	Custo Unit	Total
Astor Condicionador Desembaraçante para Cães - 500 mL <sup>2</sup>	25	R\$ 16,90	R\$ 422,50
Bolsa de Transporte Fábrica Pet Munique Azul Marinho - Tam.01 <sup>2</sup>	15	R\$ 69,90	R\$ 1.048,50
Bolsa de Transporte Fechado Fábrica Pet Munique Azul Marinho - Tam. 02 <sup>2</sup>	15	R\$ 189,90	R\$ 2.848,50
Brilho Finalizador Spray Petclean - 120 mL <sup>2</sup>	20	R\$ 23,90	R\$ 478,00
Brinquedos em látex cada <sup>2</sup>	20	R\$ 6,90	R\$ 138,00
Caixa de laços de cetim florzinha <sup>2</sup>	15	R\$ 7,00	R\$ 105,00
Caixa de laços de cetim grande <sup>2</sup>	15	R\$ 12,00	R\$ 180,00
Caixa de transporte n.º 1 <sup>2</sup>	10	R\$ 44,90	R\$ 449,00
Caixa de transporte n.º 2 <sup>2</sup>	10	R\$ 62,90	R\$ 629,00
Cama Europa plástica big G <sup>2</sup>	10	R\$ 92,90	R\$ 929,00
Cama Europa plástica big M <sup>2</sup>	10	R\$ 59,90	R\$ 599,00
Cama Europa plástica big P <sup>2</sup>	10	R\$ 39,90	R\$ 399,00
Camisa Bichinho Chic Festa - Cinza com Roxo - Tam. 3 <sup>2</sup>	10	R\$ 69,90	R\$ 699,00
Camisa Bichinho Chic Xadrez Preto com Cinza <sup>2</sup>	10	R\$ 33,90	R\$ 339,00
Camiseta Pickorruchos Estampada – Rosa <sup>2</sup>	5	R\$ 46,90	R\$ 234,50
Casa Furacão Pet de Plástico – Branco <sup>2</sup>	10	R\$ 54,90	R\$ 549,00
Casa Furacão Pet de Plástico - Vermelho - Tam. 02 <sup>2</sup>	10	R\$ 92,90	R\$ 929,00
Colar Elizabetano Furacão Pet Furacão Pet <sup>2</sup>	10	R\$ 12,90	R\$ 129,00
Comedouro e Bebedouro Duplo em Inox com Suporte <sup>2</sup>	20	R\$ 32,90	R\$ 658,00
Comedouro Furacão Pet Antiformiga Azul <sup>2</sup>	20	R\$ 4,90	R\$ 98,00
Comedouro Jambo de Aço Inoxidável e Base Antiderrapante para Cães <sup>2</sup>	20	R\$ 23,90	R\$ 478,00
Condicionador SanolDogRevitalizante - 500 mL <sup>2</sup>	10	R\$ 12,49	R\$ 124,85
Condicionador SuperSecção - 500 mL <sup>2</sup>	10	R\$ 12,90	R\$ 129,00
Conjunto Guia de Seda com Coleira Furacão Pet – Azul <sup>2</sup>	15	R\$ 12,90	R\$ 193,50
Creme Dental IpetCare Tutti - Frutti para Cães e Gatos <sup>1</sup>	25	R\$ 7,90	R\$ 197,50

<b>CUSTOS</b>			
Materiais / mercadorias vendidas	Q.	Custo Unit	Total
Enforcador de Corrente Furacão Pet Elo Curto <sup>2</sup>	15	R\$ 14,90	R\$ 223,50
Focinheira Plástica American Pets – Bege <sup>2</sup>	10	R\$ 23,90	R\$ 239,00
Gargantilha sortida <sup>2</sup>	25	R\$ 7,90	R\$ 197,50
Gravata borboleta grande <sup>2</sup>	30	R\$ 3,50	R\$ 105,00
Gravata de cetim <sup>2</sup>	30	R\$ 8,00	R\$ 240,00
Guia Retrátil até 25kg – Vermelho <sup>2</sup>	15	R\$ 32,90	R\$ 493,50
Guia Retrátil Chalesco Azul 3,5 metros - Cães até 3 Kg <sup>2</sup>	15	R\$ 12,90	R\$ 193,50
Kit Gel Dental Pet Clean com Dedeira para Cães e Gatos <sup>2</sup>	10	R\$ 18,90	R\$ 189,00
Loção Pet Essence Limpa Ouvido para Cães e Gatos <sup>2</sup>	10	R\$ 16,90	R\$ 169,00
Osso Dingo Original Mini - 11 g <sup>2</sup>	90	R\$ 3,80	R\$ 342,00
Osso Snack Show Prensado Mini 2/3 Bacon <sup>2</sup>	80	R\$ 5,95	R\$ 476,00
Perfume Pet Clean Ela - 120 mL <sup>2</sup>	10	R\$ 11,90	R\$ 119,00
Perfume Pet Clean Ele - 120 mL <sup>2</sup>	10	R\$ 11,90	R\$ 119,00
Perfume Pet Clean Filhotes Ele e Ela - 120 mL <sup>2</sup>	10	R\$ 11,90	R\$ 119,00
Perfume Pet Life Vida 120ml <sup>2</sup>	15	R\$ 19,90	R\$ 298,50
Pingente Woof Pet W Esmaltado - Rosa e Branco <sup>2</sup>	25	R\$ 14,90	R\$ 372,50
Ração Nestlé Purina DogChow Adultos Raças Pequenas Carne e Arroz <sup>2</sup>	40	R\$ 17,50	R\$ 700,00
Ração Pedigree Carne, Frango e Cereais para Cães Adultos a partir de 12 Meses de Idade <sup>2</sup>	40	R\$ 13,90	R\$ 556,00
Ração Pedigree Equilíbrio Natural para Cães Adultos com mais de 7 Anos <sup>2</sup>	40	R\$ 16,90	R\$ 676,00
Ração Royal CaninMedium Junior para Cães Filhotes de Raças Médias de 2 a 12 Meses de Idade <sup>2</sup>	40	R\$ 91,99	R\$ 3.679,60
Sabão Líquido Ecovet Coco para Cães e Gatos - 500 mL <sup>2</sup>	20	R\$ 28,90	R\$ 578,00
Sabonete Pet Clean Óleo de Neem - 80 g <sup>2</sup>	30	R\$ 5,90	R\$ 177,00
Sapato para cães <sup>2</sup>	15	R\$ 5,00	R\$ 75,00
Shampoo CoveliAntipulgasBulldog para Cães <sup>2</sup>	25	R\$ 18,60	R\$ 465,00

<b>CUSTOS</b>			
Materiais / mercadorias vendidas	Q.	Custo Unit	Total
Shampoo e Condicionador Pet Clean 2 em 1 Óleo de Neem - 700 mL <sup>2</sup>	45	R\$ 9,50	R\$ 427,50
Shampoo K-Dog Neutro - 500ml 2	30	R\$ 15,90	R\$ 477,00
Shampoo Pet Clean 5 em 1 para Cães e Gatos - 700 mL <sup>2</sup>	40	R\$ 9,90	R\$ 396,00
Shampoo Pet Clean Neutro para Cães e Gatos - 700 mL <sup>2</sup>	40	R\$ 9,50	R\$ 380,00
Talco Antipulgas e Antisséptico CentagroXandog para Cães e Gatos - 100 g <sup>2</sup>	25	R\$ 15,90	R\$ 397,50
Talco ProvetsPrevempet - 100 g <sup>2</sup>	25	R\$ 18,90	R\$ 472,50
Banho de hidratação cães grandes	25	R\$ 20,00	R\$ 500,00
Banho de hidratação cães pequenos	15	R\$ 10,00	R\$ 150,00
Consulta Veterinário	150	R\$ 45,00	R\$ 6.750,00
Tosa com banho cães grande (acima de 36 cm)	100	R\$ 35,00	R\$ 3.500,00
Tosa com banho cães pequenos ( até 35 cm)	85	R\$ 30,00	R\$ 2.550,00
Tosa Higiênica com Banho cães Grandes	60	R\$ 45,00	R\$ 2.700,00
Tosa Higiênica com Banho cães Pequenos	50	R\$ 40,00	R\$ 2.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 44.635,95</b>

<https://www.elevage.com.br><sup>1</sup>

<https://www.petlove.com.br><sup>2</sup>

### **ANEXO 3 – Tabela de Estoque**

<b>CUSTOS</b>			
<b>Materiais / mercadorias vendidas</b>	<b>Q.</b>	<b>Custo Unit</b>	<b>Total</b>
Apito super sônico p/ adestramento	10	R\$ 35,24	R\$ 352,40
Astor Condicionador Desembaraçante para Cães - 500 mL	25	R\$ 37,00	R\$ 925,00
Bolsa de Transporte Fábrica Pet Munique Azul Marinho - Tam.01	15	R\$ 170,00	R\$ 2.550,00
Bolsa de Transporte Fechado Fábrica Pet Munique Azul Marinho - Tam. 02	15	R\$ 240,00	R\$ 3.600,00
Brilho Finalizador Spray Petclean - 120 mL	20	R\$ 51,45	R\$ 1.029,00
Brinquedos em látex cada	20	R\$ 14,90	R\$ 298,00
Caixa de laços de cetim florzinha	15	R\$ 15,05	R\$ 225,75
Caixa de laços de cetim grande	15	R\$ 25,80	R\$ 387,00
Caixa de transporte n.º 1	10	R\$ 100,00	R\$ 1.000,00
Caixa de transporte n.º 2	10	R\$ 165,00	R\$ 1.650,00
Cama Europa plástica big G	10	R\$ 199,90	R\$ 1.999,00
Cama Europa plástica big M	10	R\$ 135,00	R\$ 1.350,00
Cama Europa plástica big P	10	R\$ 90,00	R\$ 900,00
Camisa Bichinho Chic Festa - Cinza com Roxo - Tam. 3	10	R\$ 155,00	R\$ 1.550,00
Camisa Bichinho Chic Xadrez Preto com Cinza	10	R\$ 73,00	R\$ 730,00
Camiseta Pickorruchos Estampada - Rosa	5	R\$ 103,10	R\$ 515,50
Casa Furacão Pet de Plástico - Branco	10	R\$ 118,05	R\$ 1.180,50
Casa Furacão Pet de Plástico - Vermelho - Tam. 02	10	R\$ 199,75	R\$ 1.997,50
Colar Elizabetano Furacão Pet Furacão Pet	10	R\$ 27,80	R\$ 278,00
Comedouro e Bebedouro Duplo em Inox com Suporte	20	R\$ 75,00	R\$ 1.500,00
Comedouro Furacão Pet Antiformiga Azul	20	R\$ 15,00	R\$ 300,00
Comedouro Jambo de Aço Inoxidável e Base Antiderrapante para Cães	20	R\$ 55,00	R\$ 1.100,00
Condicionador SanolDogRevitalizante - 500 mL	10	R\$ 26,80	R\$ 268,00
Condicionador SuperSecção - 500 mL	10	R\$ 27,75	R\$ 277,50
Conjunto Guia de Seda com Coleira Furacão Pet - Azul	15	R\$ 27,75	R\$ 416,25
Creme Dental IpetCare Tutti - Frutti para Cães e Gatos	25	R\$ 16,95	R\$ 423,75
Enforcador de Corrente Furacão Pet Elo Curto	15	R\$ 32,05	R\$ 480,75
Focinheira Plástica American Pets - Bege	10	R\$ 60,00	R\$ 600,00

<b>CUSTOS</b>			
<b>Materiais / mercadorias vendidas</b>	<b>Q.</b>	<b>Custo Unit</b>	<b>Total</b>
Gargantilha sortida	25	R\$ 17,00	R\$ 425,00
Gravata borboleta grande	30	R\$ 8,90	R\$ 267,00
Gravata de cetim	30	R\$ 17,20	R\$ 516,00
Guia Retrátíl até 25kg - Vermelho	15	R\$ 70,75	R\$ 1.061,25
Guia Retrátíl Chalesco Azul 3,5 metros - Cães até 3 Kg	15	R\$ 27,75	R\$ 416,25
Kit Gel Dental Pet Clean com Dedeira para Cães e Gatos	10	R\$ 40,65	R\$ 406,50
Loção Pet Essence Limpa Ouvido para Cães e Gatos	10	R\$ 36,35	R\$ 363,50
Osso Dingo Original Mini - 11 g	90	R\$ 9,90	R\$ 891,00
Osso Snack Show Prensado Mini 2/3 Bacon	80	R\$ 15,00	R\$ 1.200,00
Perfume Pet Clean Ela - 120 mL	10	R\$ 26,00	R\$ 260,00
Perfume Pet Clean Ele - 120 mL	10	R\$ 26,00	R\$ 260,00
Perfume Pet Clean Filhotes Ele e Ela - 120 mL	10	R\$ 26,00	R\$ 260,00
Perfume Pet Life Vida 120ml	15	R\$ 45,00	R\$ 675,00
Pingente Woof Pet W Esmaltado - Rosa e Branco	25	R\$ 33,00	R\$ 825,00
Ração Nestlé Purina DogChow Adultos Raças Pequenas Carne e Arroz	40	R\$ 37,68	R\$ 1.507,20
Ração Pedigree Carne, Frango e Cereais para Cães Adultos a partir de 12 Meses de Idade	40	R\$ 29,85	R\$ 1.194,00
Ração Pedigree Equilíbrio Natural para Cães Adultos com mais de 7 Anos	40	R\$ 36,35	R\$ 1.454,00
Ração Royal CaninMedium Junior para Cães Filhotes de Raças Médias de 2 a 12 Meses de Idade	40	R\$ 199,00	R\$ 7.960,00
Sabão Líquido Ecovet Coco para Cães e Gatos - 500 mL	20	R\$ 65,00	R\$ 1.300,00
Sabonete Pet Clean Óleo de Neem - 80 g	30	R\$ 14,90	R\$ 447,00
Sapato para cães	15	R\$ 10,96	R\$ 164,40
Shampoo CoveliAntipulgasBulldog para Cães	25	R\$ 40,00	R\$ 1.000,00
Shampoo e Condicionador Pet Clean 2 em 1 Óleo de Neem - 700 mL	45	R\$ 28,00	R\$ 1.260,00
Shampoo K-Dog Neutro - 500ml	30	R\$ 34,15	R\$ 1.024,50
Shampoo Pet Clean 5 em 1 para Cães e Gatos - 700 mL	40	R\$ 25,00	R\$ 1.000,00
Shampoo Pet Clean Neutro para Cães e Gatos - 700 mL	40	R\$ 25,00	R\$ 1.000,00
Talco Antipulgas e Antisséptico CentagroXandog para Cães e Gatos - 100 g	25	R\$ 35,00	R\$ 875,00

<b>CUSTOS</b>			
<b>Materiais / mercadorias vendidas</b>	<b>Q.</b>	<b>Custo Unit</b>	<b>Total</b>
Talco ProvetsPrevempet - 100 g	25	R\$ 43,00	R\$ 1.075,00
Banho de hidratação cães grandes	25	R\$ 40,00	R\$ 1.000,00
Banho de hidratação cães pequenos	15	R\$ 20,00	R\$ 300,00
Consulta Veterinário	150	R\$ 100,00	R\$ 15.000,00
Tosa com banho cães grande (acima de 36 cm)	100	R\$ 75,00	R\$ 7.500,00
Tosa com banho cães pequenos ( até 35 cm)	85	R\$ 65,00	R\$ 5.525,00
Tosa Higiênica com Banho cães Grandes	60	R\$ 90,00	R\$ 5.400,00
Tosa Higiênica com Banho cães Pequenos	50	R\$ 80,00	R\$ 4.000,00
<b>Estoque Total</b>			<b>R\$ 95.696,50</b>

#### **ANEXO 4 – Estimativa de Faturamento Mensal**





## ANEXO 6 –Estrutura Gerencial de Resultados

ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS			
DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%	
<b>1. Receita Total</b>	<b>95.696,90</b>	<b>100,00%</b>	
Vendas (à vista)	43.063,61	45,00%	
Vendas (a prazo)	52.633,30	55,00%	
<b>2. Custos Variáveis Totais</b>	<b>58.713,32</b>	<b>61,35%</b>	
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria + Custo do Serviço)	44.635,95	46,64%	
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)	8,29%	7.933,27	8,29%
Impostos Estaduais (ICMS)			
Imposto Municipal (ISS)			
Previsão de Inadimplência	0,50%	478,48	0,50%
Comissões		2.648,12	2,77%
Cartões de Crédito e Débito		2.057,48	2,15%
Outros Custos Variáveis		960,00	1,00%
<b>3. Margem de Contribuição</b>	<b>36.983,58</b>	<b>38,65%</b>	
<b>4. Custos Fixos Totais</b>	<b>24.566,93</b>	<b>25,67%</b>	
Mão-de-Obra + Encargos	8.268,71	8,64%	
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	5.550,00	5,80%	
Água	750,00	0,78%	
Luz	880,00	0,92%	
Telefone	99,00	0,10%	
Contador	2.150,00	2,25%	
Despesas com Veículos	800,00	0,84%	
Material de Expediente e Consumo	680,00	0,71%	
Aluguel	2.500,00	2,61%	
Seguros	0,00	0,00%	
Propaganda e Publicidade	2.300,00	2,40%	
Depreciação Mensal	589,22	0,62%	
Manutenção	0,00	0,00%	
Condomínio	0,00	0,00%	
Despesas de Viagem	0,00	0,00%	
Serviços de Terceiros	0,00	0,00%	
Ônibus, Táxis e Selos	0,00	0,00%	
Outros Custos Fixos	0,00	0,00%	
<b>5. Resultado Operacional</b>	<b>12.416,66</b>	<b>12,97%</b>	
<b>6. Investimentos</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00%</b>	
Financiamento	0,00	0,00%	
<b>7. Imposto Renda Pessoa Jurídica e Contribuição Social (Presumido/Real)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00%</b>	
Imposto de Renda Pessoa Jurídica - IRPJ	0,00	0,00%	
Contribuição Social - CS	0,00	0,00%	
<b>8. Resultado Líquido Financeiro</b>	<b>12.416,66</b>	<b>12,97%</b>	

ANEXO 7 – Indicadores Financeiros

**INDICADORES FINANCEIROS**

Recursos Necessários

Investimento	92.008,02
Capital de Giro	24.560,90
<b>Total</b>	<b>116.568,92</b>
Financiamento	-
Capital Próprio	116.568,92

Resumo Financeiro

Faturamento	95.696,90	
Custos Variáveis	58.713,32	61,35%
Custos Fixos	24.566,93	25,67%
Investimentos	-	0,00%
<b>Resultado</b>	<b>12.416,66</b>	<b>12,97%</b>

Ponto de Equilíbrio

	Operacional	
Mensal	63.568,17	
Diário	2.648,67	
Mensal	63.568,17	
Diário	2.648,67	
Lucro Desejado	<b>6.000,00</b>	6,27%
Mensal	79.093,47	
Diário	3.295,56	
Dias Úteis	<b>24</b>	

Financieiro

Mensal	63.568,17
Diário	2.648,67

Econômico

Mensal	63.568,17
Diário	2.648,67

Estoques e Disponibilidade de Capital

Prazo Médio de Recebimento	0
Rotação do Estoque	9,67 dias

Necessidade de Capital de Giro	
Ciclo Financeiro	0,00
Saldo das contas do Balanço	24.560,90

Indicadores de Desempenho

Margem de Contribuição	38,65%
------------------------	--------

Rentabilidade	
Operacional	10,65%
Resultado Final	10,65%

Grau de Endividamento	0,00%
-----------------------	-------

Lucratividade	
Operacional	12,97%
Resultado Final	12,97%

Prazo de Retorno do Investimento	
Operacional	39 meses
Resultado Final	39 meses

Taxa de Retorno	
TMA - Taxa Mínima de Atratividade	<b>8,00%</b>
TIR - Taxa Interna de Retorno	9,49%
VPPL - Valor Presente Líquido	77.726,34

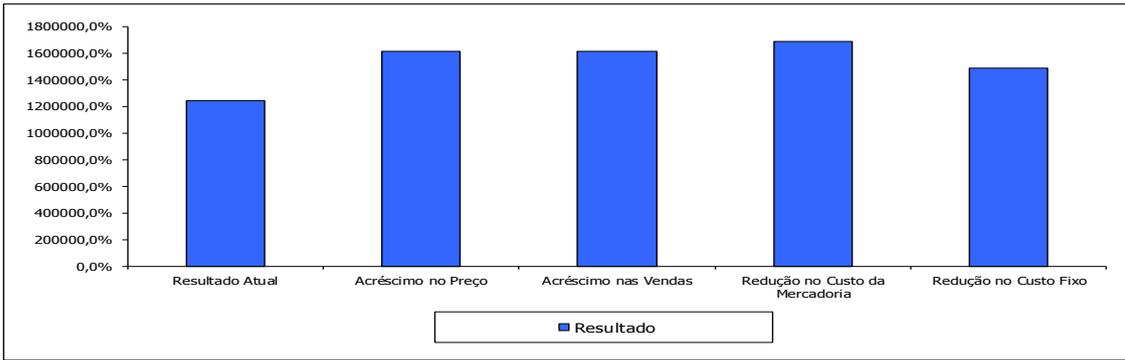
Análise de Sensibilidade

Acréscimo no Preço		10,0%
Receita	105.266,59	
Custo Variável	60.121,05	
Custo Fixo	24.566,93	
Investimentos	-	
Resultado	20.578,61	

Acréscimo nas Vendas		10,0%
Receita	105.266,59	
Custo Variável	64.584,65	
Custo Fixo	24.566,93	
Investimentos	-	
Resultado	16.115,02	

Redução no Custo da Mercadoria		10,0%
Receita	95.696,90	
Custo Variável	54.249,72	
Custo Fixo	24.566,93	
Investimentos	-	
Resultado	16.880,25	

Redução no Custo Fixo		10,0%
Receita	95.696,90	
Custo Variável	58.713,32	
Custo Fixo	22.110,23	
Investimentos	-	
Resultado	14.873,35	



## ANEXO 8 – Prazos e Estoques

PRAZOS E ESTOQUES		
<b>POLÍTICA DE VENDA</b>		
<b>Prazo médio de venda das mercadorias</b>	%	<b>Dias</b>
Venda à Vista	45,00	-
Venda a Prazo	55,00	
Este quadro apresenta a divisão das vendas à vista e a prazo em relação às vendas totais.	<b>Prazo Médio</b>	<b>0</b>
<b>POLÍTICA DE COMPRA</b>		
<b>Prazo médio de compras</b>	%	<b>Dias</b>
À Vista	20,00	-
A Prazo	80,00	60
Este quadro apresenta a divisão das compras à vista e a prazo em relação às compras totais.	<b>Prazo Médio</b>	<b>48</b>
<b>POLÍTICA DE ESTOQUE</b>		
<b>Necessidade média de estoques</b>	<b>Dias</b>	
Este quadro define qual deve ser o estoque mínimo necessário em dias.	<b>30</b>	
<b>ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL</b>		
<b>Estoque Inicial</b>	<b>R\$</b>	
Este quadro define o valor do estoque inicial	<b>38.551,80</b>	

## ANEXO 9 – Mão de Obra

<b>CUSTOS COM MÃO DE OBRA</b>					
<b>Cargo/Função</b>	<b>Nº func.</b>	<b>Salário</b>	<b>%*</b>	<b>Encargos</b>	<b>Total</b>
Vendedor	1	1.081,00	37,56%	406,02	1.487,02
Aux. Limpeza	1	980,00	37,56%	368,08	1.348,08
Banhista e Tosador	1	1.350,00	37,56%	507,05	1.857,05
Motorista	1	1.200,00	37,56%	450,72	1.650,72
veterinário	1	1.400,00	37,56%	525,83	1.925,83
			37,56%	-	-
			37,56%	-	-
			37,56%	-	-
			37,56%	-	-
			37,56%	-	-
			37,56%	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>6.011,00</b>		<b>2.257,71</b>	<b>8.268,71</b>

<b>Retirada dos Sócios (Pró-Labore)</b>	
Valor a ser retirado mensalmente	5.000,00
Alíquota de INSS	11,00%

## ANEXO 10 -Tributos

<b>Receita Bruta Anual</b>	1.148.362,80
<b>Faturamento Mensal</b>	95.696,90

<b>Atividade</b>	<b>Receita Bruta Mensal (*)</b>
Comércio	95.696,90

(\*) Ao realizar este passo deve-se atentar para atividade desenvolvida pelo o empreendedor. Na sequência escolha a atividade pretendida, separando a receita correspondente de cada uma. A separação das receitas será útil, de maneira a utilizar a alíquota correta de acordo com a tributação vigente para cada atividade mercantil.



### TRIBUTAÇÃO - ETAPA 2

Débito e Crédito de ICMS

<b>DEBITO ICMS</b>			
<b>Destino Produto/UF</b>	<b>Vendas</b>	<b>Alíquota</b>	<b>Valor do Débito</b>
Paraná		18,00%	-
Sul / Sudeste	86.108,60	18,00%	15.499,55
Norte / Nordeste / MT / MS		7,00%	-
<b>TOTAL</b>			<b>15.499,55</b>

<b>Crédito de ICMS</b>			
<b>Destino Produto/UF</b>	<b>Compras</b>	<b>Alíquota</b>	<b>Valor do Crédito</b>
Paraná		12,00%	-
Sul / Sudeste	44.635,95	18,00%	8.034,47
Norte / Nordeste / MT / MS		17,00%	-
<b>TOTAL</b>			<b>8.034,47</b>

<b>ICMS DEVIDO</b>			<b>7.465,08</b>
--------------------	--	--	-----------------

Débito e Crédito de IPI

<b>DEBITO IPI</b>		<b>Alíquota</b>	
<b>Valor do Débito</b>	95.695,90	8,00%	<b>7.655,67</b>

<b>CREDITO IPI</b>		<b>Alíquota</b>	
<b>Valor do Crédito</b>	44.635,95	8,00%	<b>3.570,88</b>

<b>IPI DEVIDO</b>			<b>4.084,80</b>
-------------------	--	--	-----------------

Alíquota de ISS

<b>Alíquota de ISS do Município</b>	5,0%
-------------------------------------	------




### TRIBUTAÇÃO - ETAPA 3

Débito e Crédito de PIS

A. DEBITO PIS		Aliquota	
<b>Valor do Débito</b>	95.695,90	<b>1,65%</b>	<b>1.578,98</b>
B. CREDITO PIS		Aliquota	
<b>Valor do Crédito</b>	44.635,95	<b>1,65%</b>	<b>736,49</b>
<b>PIS DEVIDO</b>			<b>842,49</b>

Débito e Crédito de COFINS

DEBITO COFINS		Aliquota	
<b>Valor do Débito</b>	95.696,90	<b>7,60%</b>	<b>7.272,96</b>
CREDITO COFINS		Aliquota	
<b>Valor do Crédito</b>	44.635,95	<b>7,60%</b>	<b>3.392,33</b>
<b>COFINS DEVIDO</b>			<b>3.880,63</b>



### TRIBUTAÇÃO TOTAL

Faturamento Mensal				
	95.696,90			
IMPOSTOS		SIMPLES	LUCRO PRESUMIDO	LUCRO REAL
IR - Imposto de Renda			1.148,36	7.238,53
CSLL - Contribuição Social			1.033,53	4.343,12
COFINS - Contribuição Financeira Social			2.870,91	7.272,96
PIS - Programa de Integração Social		7.933,27	622,03	1.579,00
IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados			4.084,80	4.084,80
ICMS - Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços			7.465,08	7.465,08
ISS - Imposto sobre Serviços			-	-
<b>TOTAL DE IMPOSTOS</b>		<b>7.933,27</b>	<b>17.224,70</b>	<b>31.983,48</b>
<b>RELAÇÃO PERCENTUAL DE IMPOSTOS</b>		<b>8,29%</b>	<b>18,0%</b>	<b>33,4%</b>
ENCARGOS				
INSS		-	2.855,94	2.855,94
SESI, SESC OU SEST		-	90,17	90,17
SENAI, SENAC OU SENAT		-	60,11	60,11
SEBRAE		-	36,07	36,07
INCRA		-	12,02	12,02
FGTS	480,88		480,88	480,88
Acidente de Trabalho		-	180,33	180,33
Salário Educação		-	150,28	150,28
<b>TOTAL DE ENCARGOS</b>		<b>480,88</b>	<b>3.865,79</b>	<b>3.865,79</b>
<b>TOTAL GERAL DA TRIBUTAÇÃO</b>		<b>8.414,15</b>	<b>21.090,49</b>	<b>35.849,27</b>

OPTAREI PELO REGIME:

<b>SIMPLES</b>	<b>x</b>
<b>LUCRO PRESUMIDO</b>	
<b>LUCRO REAL</b>	

←

Marque com **X** a opção escolhida

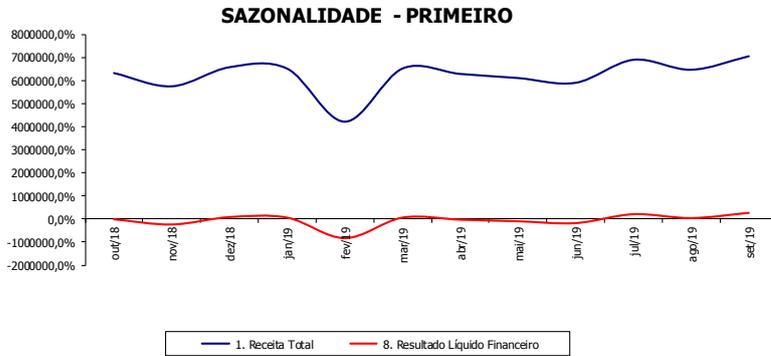
ETAPA 3



ANEXO 12 – Sazonalidade

**SAZONALIDADE - PRIMEIRO ANO**

	out / 18	nov / 18	dez / 18	jan / 19	fev / 19	mar / 19	abr / 19	mai / 19	jun / 19	jul / 19	ago / 19	set / 19
Start up	75,00%	75,00%	78,00%	80,00%	80,00%	82,00%	82,00%	85,00%	88,00%	90,00%	90,00%	92,00%
Sazonalidade	88,00%	80,00%	88,00%	85,00%	55,00%	83,00%	80,00%	75,00%	70,00%	80,00%	75,00%	80,00%
1. Receita Total	63.159,95	57.418,14	65.686,35	65.073,89	42.106,64	65.131,31	62.777,17	61.006,77	58.949,29	68.901,77	64.595,41	70.432,92
2. Custos Variáveis Totais	38.750,79	35.227,99	40.300,82	39.925,05	25.833,86	39.960,28	38.515,93	37.429,74	36.167,40	42.273,59	39.631,49	43.213,00
3. Margem de Contribuição	24.409,17	22.190,15	25.385,53	25.148,84	16.272,78	25.171,03	24.261,23	23.577,04	22.781,89	26.628,18	24.963,92	27.219,92
4. Custos Fixos	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93
5. Resultado Operacional	-157,76	-2.376,78	818,61	581,91	-8.294,15	604,10	-305,69	-989,89	-1.785,04	2.061,25	396,99	2.652,99
6. Investimentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Outros Investimentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8. Resultado Líquido Financeiro	-157,76	-2.376,78	818,61	581,91	-8.294,15	604,10	-305,69	-989,89	-1.785,04	2.061,25	396,99	2.652,99
Acumulado no Ano	-157,76	-2.534,54	-1.715,93	-1.134,02	-9.428,17	-8.824,07	-9.129,76	-10.119,65	-11.904,69	-9.843,43	-9.446,44	-6.793,45



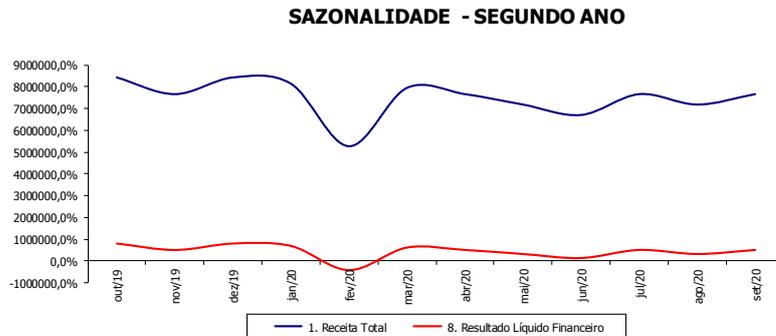
Necessidade de Capital de Giro	
Inicial	0,00
Primeiro Ano	6.793,45
Lucratividade	-0,91%

Parecer do Consultor:



**SAZONALIDADE - SEGUNDO ANO**

	out / 19	nov / 19	dez / 19	jan / 20	fev / 20	mar / 20	abr / 20	mai / 20	jun / 20	jul / 20	ago / 20	set / 20
Sazonalidade	88,00%	80,00%	88,00%	85,00%	55,00%	83,00%	80,00%	75,00%	70,00%	80,00%	75,00%	80,00%
1. Receita Total	84.213,27	76.557,52	84.213,27	81.342,37	52.633,30	79.428,43	76.557,52	71.772,68	66.987,83	76.557,52	71.772,68	76.557,52
2. Custos Variáveis Totais	51.667,72	46.970,65	51.667,72	49.906,32	32.292,32	48.732,05	46.970,65	44.034,99	41.099,32	46.970,65	44.034,99	46.970,65
3. Margem de Contribuição	32.545,55	29.586,87	32.545,55	31.436,05	20.340,97	30.696,38	29.586,87	27.737,69	25.888,51	29.586,87	27.737,69	29.586,87
4. Custos Fixos Totais	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93	24.566,93
5. Resultado Operacional	7.978,63	5.019,94	7.978,63	6.869,12	-4.225,95	6.129,45	5.019,94	3.170,76	1.321,58	5.019,94	3.170,76	5.019,94
6. Investimentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Outros Investimentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8. Resultado Líquido Financeiro	7.978,63	5.019,94	7.978,63	6.869,12	-4.225,95	6.129,45	5.019,94	3.170,76	1.321,58	5.019,94	3.170,76	5.019,94
Acumulado no Ano	7.978,63	12.998,57	20.977,20	27.846,32	23.620,36	29.749,81	34.769,76	37.940,52	39.262,10	44.282,04	47.452,80	52.472,75
Acumulado desde o início da atividade	1.185,18	6.205,12	14.183,75	21.052,87	16.826,92	22.956,37	27.976,31	31.147,07	32.468,65	37.488,59	40.659,36	45.679,30



Necessidade de Capital de Giro	
Inicial	0,00
Segundo Ano	0,00
Lucratividade	5,84%

Parecer do Consultor:

## ANEXO 13 – Processo Operacional

### PROCESSO OPERACIONAL

#### 1 - Qual será a capacidade máxima de produção ou atendimento?

Para tosa e banho a capacidade máxima de produção serão 20 por dia. Atendimento com veterinários serão 14 por dia. Para venda de produtos serão a cada 05 pessoas juntas no balcão querendo produtos distintos.

#### 2 - Qual será o volume de produção/atendimento inicial?

Estipula-se que inicialmente serão uma média de 15 atendimentos de quinta a sábado para o serviço de tosa e banho e uma média de 08 atendimentos por dia de segunda a quarta feira . Para o atendimento ao veterinário serão uma média de 8 por dia de quinta a sábado e 04 de segunda a quarta -feira. E 05 pessoas serão atendidas por hora para os produtos de balcão.

#### 3- Quais serão os estoques iniciais de matéria-prima? Como serão armazenados?

Os produtos serão armazenados em gondolas nas lojas, rações, roupas para os cães, casinhas, produtos de higiene, brinquedos. Tudo de fácil acesso aos clientes. Os produtos que não possuem validade serão armazenados no método PEPS ( primeiro que entra é o primeiro que sai) e os produtos que possuem validade no método PVPS( primeiro que vence é o primeiro que sai).

#### 4 - Quais serão as funções e quem as desempenhará na empresa?

VENDEDOR - Será responsável pelo atendimento na loja, abertura e fechamento de caixa e serviços administrativos.

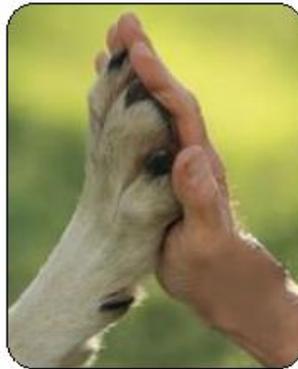
AUX. DE LIMPEZA - Será responsável pela limpeza da loja, dos produtos expostos e de todo maquinário utilizado para prestação de serviços.



## ANEXO 15 – Logomarca, Missão, Visão e Valores da Empresa

### Logomarca

**”VOCÊ NÃO OUVES. VOCÊ SENTE!”**



### Slogan

O slogan a ser adotado para o pet shop é **"Melhor que nosso atendimento é a sua tranquilidade"**. O slogan tem o objetivo de enfatizar aos clientes a capacidade de cuidar com carinho do seu melhor amigo.

### Missão

Atender nossos clientes com profissionalismo visando à saúde e conforto de seus animais de estimação bem como satisfazer nossos clientes e proporcionar uma melhor qualidade de vida e um relacionamento harmônico entre homens e animais

**Visão**

Cuidar bem dos animais, buscando uma melhor qualidade de vida para eles e consequente satisfação de seus proprietários.

**Valores**

Cuidar de animais de estimação é mais do que prestação de serviço ao seu dono. É sentir a satisfação em tê-los e próximos e dar carinho e atenção. A transparência também é um dever para que o cliente conheça e confie na empresa com quem se relaciona. A busca de novos serviços para atender as necessidades dos clientes é rotina na vida dos sócios. Respeitar e prestar serviços a comunidade é um dos valores importantes na organização, mas sempre em linha com a realidade do negócio e com os valores dos sócios.

## ANEXO 16 –Identificação das necessidades

<b>IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES</b> O que seu produto atenderá?			
<b>1. Descrição da NECESSIDADE e/ou DESEJOS de seus Clientes</b>			
<p>Os clientes receberão atenção especial e os animais tratamento específicos de acordo com a raça e o porte de cada um. Há também a preocupação de encontrarem produtos bons com preços acessíveis.</p>			
<b>2. Descrição do PRODUTO e/ou SERVIÇO oferecido</b>			
<p>Produtos: Os produtos básicos a comercializar serão: rações e roupas para cães, comedouros, bebedouros, correntes para cães, coleiras, peitoral, escovas plásticas, produtos de higiene e limpeza e acessórios para cães, além de oferecer produtos exclusivos e diferenciados.            Serviços: Serviço de busca e entrega de cães, banho e tosa e SPA para cães.</p>			
<b>CICLO DE VIDA DO PRODUTO - Escolha em que estágio está o produto que você quer vender (marque com X a sua escolha)</b>			
INTRODUÇÃO	CRESCIMENTO	MATURIDADE	DECLÍNIO
Momento em que o produto está sendo conhecido por todos, ritmo lento de vendas e margens altas	Nesse momento o produto começa a ser popularmente consumido, havendo um grande aumento nas vendas	As vendas neste mercado se estabilizam e o esforço é direcionado para manter a marca e reduzir custos	As vendas e os lucros estão diminuindo neste mercado e o produto necessita ser recriado para um novo ciclo de vida
X			

## ANEXO 17 –Estratégia de Produto

ESTRATÉGIA DE PRODUTO	Concorrência			
	Valor ao Cliente	Inferior	Igual	Superior
<b>1. QUALIDADE</b> (durabilidade, resistência, confiabilidade)		<b>X</b>		
<p>o Só Patas Pet Shop possui a preocupação de oferecer aos clientes produtos bons e de qualidade.</p>				
<b>2. IMAGEM</b> (embalagem, logomarca, status associados, etc)	<b>X</b>			
<p>Logomarca, Missão, Visão e Valores da empresa - Vide anexo D.</p>				
<b>3. INOVAÇÃO</b> (o que seu produto ou serviço possui de novo no mercado)	<b>X</b>			
<p>o Só Patas Pet Shop contará com serviços de fidelização de seus clientes e promoverá encontros semestrais para comemoração dos aniversariantes do respectivo semestre.</p>				
<b>4. INFORMAÇÃO</b> (que informações facilitarão a compra do seu cliente ?)	<b>X</b>			
<p>Os clientes cadastrados na loja receberão mensagens de promoções e descontos via whatsapp e facebook além de placas no exterior da loja relacionando os itens em promoção.</p>				
<b>5. GARANTIA</b> (como o cliente terá menos risco ao comprar seu produto)	<b>X</b>			
<p>Os produtos serão adquiridos de empresas qualificadas e certificadas pela anvisa. Os brinquedos e vestuários oferecidos deverão contar com o selo do inmetro o que trará mais segura e confiança aos clientes.</p>				
<b>6. CONVENIÊNCIA</b> ( como você economizará tempo e esforço do cliente)				
<p>O cliente contará com um serviço de delivery onde poderão adquirir os produtos via whatsapp com entregas programadas. Para aqueles que estarão utilizando os serviços da loja como banho e tosa, haverá também agendamentos e uma pessoas disponível para buscar e entregar o cachorro com hora marcada.</p>				
<b>7. SERVIÇOS</b> (que serviços estarão associados ao seu produto ?)		<b>X</b>		
<p>Serviço de busca e entrega de cães, banho e tosa e SPA para cães e atendimentos de rotina com veterinários.</p>				

## ANEXO 18–Estratégia de Promoção

<b>ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO</b> <b>As ofertas que irão atrair seus clientes?</b>	
<b>Concursos e Premiações</b>	Preenchimento de Cupons para concorrer a prêmios, podendo ser produtos ou serviços.
	Em datas comemorativas como natal e aniversário da loja, a empresa promoverá sorteios de produtos e/ou serviços para clientes que tiverem utilizado nossos serviços e produtos no mês correspondente.
<b>Liquidações e Descontos</b>	Pague 2 leve 3, semana com 50% de desconto em todas as peças, descontos por compra em atacado, etc.
	Haverá desconto de 5% para compras cujo o pagamento for vista e 3% para compras no débito.
<b>Cartões</b>	Cartões de Desconto, quem possui o cartão recebe benefícios quando compra.
	A cada R\$ 120,00 em compras, o cliente receberá 10 pontos que ao total de 100 ganhará um serviço de tosa e banho.
<b>Brindes e Presentes</b>	Na compra de qualquer produto, o cliente ganha um outro produto, ou um brinde.
<b>Eventos</b> (Almoço de Negócios, coquetéis e Demonstrações)	A empresa oferece a clientes especiais eventos para estreitar o relacionamento com os mesmos.
	Será realizado na loja semestralmente, uma festa para os clientes aniversariantes, onde serviremos vários petiscos caninos e bolo de aniversário para os donos, com esta estratégia esperamos criar um clima agradável e de descontração com os nossos clientes e ao mesmo tempo atrair a clientela. É importante ressaltar que esta confraternização só será possível graças ao cadastro que será feito dos nossos clientes (cães e donos).
<b>Parcerias</b>	A empresa utiliza de parceiras para estabelecer estratégias de promoção
	Pensando no bem estar e fidelização de seus clientes, tentaremos parcerias com grandes empresas de produtos caninos.

## ANEXO 19–Estratégia de Distribuição

<b>DISTRIBUIÇÃO</b>				
<b>Como vai entregar ou distribuir o seu produto?</b>				
<b>Que canais de venda e distribuição sua empresa terá?</b>		Atacado		Representantes Comerciais
		Lojas de Varejo em Geral		Lojas de Varejo Especializadas
	<b>X</b>	Loja Própria	<b>X</b>	Internet
		Venda por Catálogo	<b>X</b>	Venda por Telefone
		Franquias	<b>X</b>	Outros (Especificar Abaixo)
	<p>O Só Patas Pet Shop terá um canal para vendas através de Whatsapp e internet. A empresa contará com um serviço de táxi que poderá buscar e/ou entregar os animais.</p>			
<b>DESCREVA AS CARACTERÍSTICAS DE SEU PONTO COMERCIAL</b>				
Como é o contrato de locação ? É locado ? Por quanto tempo ? Possui alvará ?				
<p>O estabelecimento estará montado em uma loja alugada. O contrato do ponto comercial inicialmente será de 03 anos. Para que esteja funcionando dentro da legalidade, o pet sho terá um alvará de funcionamento de venda de produtos e serviços.</p>				
<b>Visibilidade</b> (É fácil de localizar o ponto ? Existe algum obstáculo para visualizar a loja ?)				
<p>A loja será montada na principal rua de comércio do bairro Ouro Petro/ BH. Está rua é o único acesso a Predidente Carlos Luz e diversos moradores de outros bairros como Castelo, Santa Terezinha,Paquetá precisam passar por ela diariamente.</p>				
<b>Acessibilidade</b> (Existem obstáculos para entrar na loja ? - escadas, degraus, falta estacionamento, etc )				
<p>A loja não possui estacionamento porém em ruas paralelas é fácil encontrar vagas. Também não é exigido talão de estacionamento rotativo. Na entrada da loja haverá um rampa de acesso para que pessoas que possuem dificuldades de locomoção possam frequentá-las.</p>				
<b>Fluxo</b> - como é o fluxo de pessoas na frente da loja ?				
<p>Está rua é o único acesso a Avenida Presidente Carlos Luz e diversos moradores de outros bairros como Castelo, Santa Terezinha,Paquetá precisam passar por ela diariamente.</p>				
<b>Concorrência</b> - existem concorrentes diretos ou indiretos nas proximidades ?				
<p>Na rua onde o pet shop será instalado há apenas um pet shop porém existem pelo ao menos outros 03 que podem concorrer diretamente e que prestam serviços de qualidade.</p>				
Qual a sua estratégia para destacar e facilitar a compra em seu ponto comercial ?				
<p>O pet shop terá um cartão fidelidade que funcionará da seguinte forma, cada compra que o cliente fizer acima de R\$ 120,00, ganha 10 pontos para o seu cartão, o cliente que atingir 100 pontos em seu cartão terá direito a uma tosa completa, banho. Haverá parcerias com clinicas veterinárias.</p>				

## ANEXO 20 – Estratégia de Preço

<b>ESTRATÉGIA DE PREÇOS</b>			
Escreva abaixo em qual estratégia de posicionamento de Preço estará seu produto ou serviço			
 <b>(Menor - QUALIDADE - Maior)</b> 	 <b>(Maior - PREÇO - Menor)</b> 		
	<b>Preço Prêmio</b> (Alta Qualidade e Alto Preço)	<b>Alto Valor</b> (Alta Qualidade e Médio Preço)	<b>Super Valor</b> (Alta Qualidade e Baixo Preço)
	<b>Preço Excessivo</b> (Média Qualidade e Alto Preço)	<b>Preço Médio</b> (Média Qualidade e Médio Preço)	<b>Valor Bom</b> (Média Qualidade e Baixo Preço)
	<b>Assalto ao Cliente</b> (Baixa Qualidade e Alto Preço)	<b>Falsa Economia</b> (Baixa Qualidade e Médio Preço)	<b>Economia</b> (Baixa Qualidade e Baixo Preço)
<b>Alto Valor.</b>			
<b>CONDIÇÕES DE PAGAMENTO</b> (Cartão de Débito, Cheque, Cartão de Crédito, Fatura, etc.)			
A vista no dinheiro será concedido ao cliente uma redução de 5% no valor total e 3% para pagamentos no débito. Compras em cartão de crédito poderão serem parceladas desde que o valor mínimo da parcela seja de R\$ 60,00.			
<b>PRAZOS DE PAGAMENTO</b> (A vista, 30 dias, 30 e 60, 1+4, 5 x sem entrada, etc.)			
A vista, 30/60/90 dias.			
<b>DADOS CADASTRAIS NECESSÁRIOS PARA APROVAÇÃO DE CRÉDITO</b> (nome, telefone, tempo de residência, SPC negativo)			
Será exigido do consumidor nome completo, CPF, data e mês de nascimento, telefone e e-mail. Desta forma aproveitaremos as informações para que o cadastro seja executado na loja. Inicialmente como não haverá pagamento no cheque, não será necessário exigir aprovação de crédito.			

## ANEXO 21 – Estratégia de Comunicação

<b>COMUNICAÇÃO</b> Como o cliente saberá da sua oferta?	
<b>Qual o objetivo da mensagem?</b>	<p>Informações que lembre os clientes a existência dos produtos ou serviços e de suas vantagens.</p> <p>Através dos cadastrados realizados na loja o cliente receberá mensagens via whatsapp e e-mails com as promoções que haverá na loja.</p>
<b>Para quem se destina a mensagem?</b>	<p>Pessoas físicas ou Pessoas Jurídicas, sejam elas: consumidoras, representantes, distribuidoras ou revendedoras.</p> <p>As mensagens se destinarão aos clientes que possuem cães seja pessoa física, jurídica, Ong's.</p>
<b>Que veículo de mídia utilizar?</b>	<p>Anúncio no rádio, na TV, no jornal, na internet, Folders, plafletos, Mala direta, ou até mesmo em todos esses veículos, que o cliente que perceba sua mensagem.</p> <p>Será utilizado páginas como Facebook, plafletos, mala direta e jornais que são direcionados a região da Pampulha.</p>

## ANEXO 22 – Força de Vendas

FORÇA DE VENDAS	
<b>Perfil dos vendedores</b>	Serão especializados no produto ? Terão curso de vendas ? Deverão possuir experiência anterior em vendas ? Etc.
	Por se tratar de uma empresa com prestação de serviços e com foco na qualidade os funcionários deverão possuir experiência comprovada dos seus respectivos cargos.
<b>Organização da equipe</b>	Quantos Vendedores ? Quantos Supervisores ? Háverá divisão entre vendedores juniores e plenos ? Etc.
	Inicialmente a empresa contará com 07 funcionários AUX ADMINISTRATIVO / AUX. DE LIMPEZA / BANHISTA / MOTORISTA / TOSADOR / VETERINÁRIO / GERENTE (se tratando de um dos sócios).
<b>Remuneração da equipe</b>	Serão comissionados ? Possuem metas a cumprir ? Existe uma premiação por resultado coletivo ? Que tipo de remuneração receberão ? Etc.
	A empresa oferecerá ao banhista e tosa 5% do valor da tosa e banho desde que no mês a empresa tenha realizado mais de 100 tosa e banho. O veterinário terá uma participação nas consultas realizadas de 20%.
<b>Treinamentos</b>	Quais os conhecimentos sobre o produto e sobre vendas que sua equipe deverá adquirir ?
	Treinamentos de abordagem aos clientes.
<b>Aptidões</b>	Quais as aptidões e habilidades que sua equipe deverá adquirir ?
	A equipe deverá ter habilidade em lidar com pessoas e demonstrar gostar de animais. Deverão serem proativos, comunicativos. É fundamental que sejam pontuais pois estaremos oferecendo serviços com horas marcadas.

## ANEXO 23–Visão Geral do Mercado

### VISÃO GERAL DO MERCADO

#### **1 - segmento de mercado identificado/ selecionado**

##### **A - Região Geográfica**

O Só Patas Pet Shop estará localizado na região da Pampulha, Bairro Ouro Preto cidade de Belo Horizonte.

##### **B - Perfil de Clientes**

O cliente poderá acompanhá-los ou poderá contar com os serviços de busca e entrega dos cães com hora marcada. Contudo, estima-se que os principais clientes sejam aqueles que estarão localizados próximos ao pet shop que certamente contribuirá para a fidelização do mesmo.

#### **2 - Posicionamento e competitividade do mercado**

Através de um atendimento diferenciado, o objetivo do empreendimento será abordar e satisfazer aquelas pessoas que consideram seus animais como membros da família. Porém os clientes estão cada vez mais volúveis e influenciáveis pela mídia e ávidos por bom atendimento e por preços baixos. O Só Patas Pet Shop tem a noção que o cliente é a razão da exploração desta oportunidade de negócio por isso faremos tudo para atendê-lo bem e fazer com que ele se torne um cliente fiel.

#### **3 - Evolução deste mercado e do segmento específico nos últimos anos e quais as perspectivas futuras**

Segundo reportagem das revistas eletrônicas Exame e o tempo (2018) o segmento de pet shop registrou aumento de aproximadamente 7% em meio a crise que afetou o Brasil no ano de 2017. Estima-se que até o final de 2018 o setor expanda 13% quando comparado ao ano de 2015.

## ANEXO 24 – Ambiente de Atuação

### AMBIENTE DE ATUAÇÃO

#### 1 - Legislação aplicável para funcionamento

A forma definida para o funcionamento da empresa será de empresa simples onde haverá a participação de 02 sócios sendo 01 apenas como investidor e o outro além de exercer a profissão de gerente e administrador do empreendimento também será investidor.

#### 2 - Tributação

A empresa estará enquadrada como sociedade Limitada e estará habilitada como Simples Nacional.

#### 3 - Padrão e tendências tecnológicas

De acordo com Gazeta do Povo (2018) há uma forte tendência em modernizar o ramo dos pet shops. Há empresas que estão apostando em rastreamentos de seus cães. Muito em breve os donos poderão implantar em seus animais chips que ajudarão a localizá-los em caso de perdas. Em reportagem, a SSPet aposta que a presença online estará mais forte. Seus donos poderão acompanhá-los em tempo real através de um aplicativo. Outra aposta seria as comidas orgânicas que trazem maior qualidade de vida aos animais.

#### 4 - Tendências macro-econômicas que podem afetar o negócio

Embora o mercado de pet tenha resistido a crise nos últimos anos, este negócio pode ser afetado caso o desemprego aumente pois as pessoas precisarão priorizar seus gastos e um dos serviços prestados no pet que poderá sofrer é a tosa e banho que poderão ter a frequência reduzida.

## ANEXO 25 –Segmentação do Mercado

### SEGMENTAÇÃO DO MERCADO

#### Quem será o nosso cliente?

#### 1 - GEOGRÁFICA (Países, Regiões, Cidades, Exemplo: Moradores do Centro)

O Só Patas Pet Shop terão como clientes habituais pessoas que morem próximos ao estabelecimento. Porém os clientes estão cada vez mais volúveis e influenciáveis pela mídia e ávidos por bom atendimento e por preços baixos.

#### 2 - DEMOGRÁFICA (Sexo, idade, renda, educação - Exemplo: Público de 18 a 24 anos da Classe A e B)

Por se tratar de um bairro próximo a universidade e de poder aquisitivo médio alto, o principal público são estudantes universitários que moram em republicas e que estarem com foco nos estudos não possuem tempo de darem banhos e os cuidados necessários de higiene. Casais e idosos que estão sozinhos e que os consideram como filhos dando todo tipo de atenção a eles.

#### 3 - CULTURAL (Valores, crenças, hábitos, tradições - Exemplo: torcedores do Flamengo, católicos, etc.)

O modelo familiar antigo era composto por numerosos membros. As mulheres eram criadas para se casarem e constituírem uma grande família. A obrigação do trabalho fora era papel dos homens, afirmava EL País (2005). Atualmente as famílias estão menores, tanto o pai quanto a mãe trabalham fora e os animais passaram a ter papéis fundamentais entre os entes, sejam como companhias ou no auxílio de algum tratamento.

#### 4 - PSICOGRÁFICA (Atitudes, medos, estilo de vida. Exemplo: pessoas preocupadas com a saúde e com alimentação).

As pessoas estão cada vez mais preocupadas com o bem estar de seus animais o que tem contribuído para o crescimento do setor.

#### 5 - CARACTERÍSTICAS ORGANIZACIONAIS (caso seu cliente seja uma outra empresa que mercado atendem, de que cadeia de produção fazem parte, são pequenas ou grandes empresas, atacado ou varejo, etc.)

O público alvo são clientes pessoas físicas.

## ANEXO 26 – Entrevista Consumidor Pessoa Física

## CONSUMIDORES - PESSOA FÍSICA

**1 - Perfil do consumidor:****A - Idade**

32 anos

**B - Perfil Familiar**

Casada sem filhos.

**C - Posição Profissional**

Farmaceutica

**D - Poder Aquisitivo**

Classe média Baixa

**E - Local de residência ou trabalho**

Bairro Santa Terezinha

**2 - Comportamento de consumo****A - Como costuma se informar sobre este tipo de produto**

A entrevistada é uma apaixonada por cachorros e garante que atualmente os seus a completam o que a tem feito adiar o sonho de ser mãe. Como possui paixão por seus animais, está sempre buscando referências de novos produtos em clínicas veterinárias e pet shops.

**B - Local que costumam comprar este tipo de produto**

Normalmente ela compra estes produtos entre o bairro Paquetá e Ouro Preto. Ainda não possui lojas fidelizadas em virtude de não ter proximidade com os estabelecimentos.

**C - Qual a importância atribuída à conveniência**

A entrevistada acredita que o tratamento a seus animais devem ser semelhantes aos cuidados com pessoas pois estes animais possuem grande importância em sua vida.

**D - Principais benefícios que procuram no produto**

Ao procurar por produtos caninos, a entrevistada procura por aquele que possa trazer benefícios a seus cães como o bem estar, saúde e beleza.

**E - Critérios aplicados para tomar suas decisões de compra**

Preço e qualidade nos produtos oferecidos.

**F - Quem toma a decisão de compra**

A própria entrevistada.

**G - Regularidade de compra**

A entrevista informou que gosta de oferecer rações frescas por isto suas compras de alimentos para seus pets ocorrem de 10 em 10 dias. Porém 01 X ao mês compra escova de dente, vermífogos, brinquedos protetor de mau hálito e alguma outra coisa que julgar relevante para a ocasião.

**H - Qual a média de gasto por compra**

Como seus cachorros são de porte grandes a média do valor mensal está em R\$ 500,00.

## ANEXO 27 – Entrevista Concorrente

### CONCORRENTE 01

#### 1 - Marcas

Para as rações os concorrentes oferecem as mesmas marcas que o Só Patas irá trabalhar. Para os produtos de higiene e demais as marcas são variadas.

#### 2 - Produtos

Em geral os concorrentes fornecem aos clientes as mesmas gamas de produtos.

#### 3 - Benefícios intrínsecos oferecidos pelos principais concorrentes

Qualidade.

#### 4 - Diferenciais que os concorrentes oferecem ou propagam

Fidelização de clientes através de quantidade mínima de utilização do serviço de banho e tosa.

#### 5 - Posicionamento dos principais concorrentes

Os concorrentes visam prestar serviços de excelência com o objetivo de fidelizar a clientela.

#### 6 - Formatos de apresentação dos produtos

##### A - Tamanhos

Os tamanhos são variados.

##### B - Características e diferenciais de materiais e design

O entrevistado optou por não responder a esta pergunta.

#### 7 - Preços praticados, de acordo com padrões diferentes dos pontos de venda

Os preços praticados são considerados razoáveis pelos serviços e produtos que são oferecidos.

#### 8 - Estratégias de comunicação, propaganda e promoção usadas

A grande maioria dos concorrentes divulgam sua marca em sinais de trânsito.