

## **Análise de viabilidade econômico-financeira para abertura de um *Pet Shop* na cidade de Bento Gonçalves-RS**

**Bruna Mattiello**  
**Profª. Ma. Simone Taffarel Ferreira**  
**Semestre: 2021/2**

### **Resumo**

Os animais de companhia têm ganhado cada vez mais espaço dentro das famílias brasileiras, o que faz com que estas priorizem o bem-estar animal. Como resultado, a prestação de serviços nesta linha ocupa lugar de destaque, a fim de atender a demanda crescente do mercado. Assim, este estudo buscou verificar a viabilidade econômico-financeira para abertura de um *Pet Shop* na cidade de Bento Gonçalves-RS. Para tanto, foram executados orçamentos dos materiais necessários, bem como a busca de um local ideal para a instalação no município. Para atender aos objetivos estabelecidos, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e aplicação de um estudo de caso. Foi realizado o levantamento de dados em planilhas eletrônicas, realizando a projeção da Demonstração do Resultado do Exercício e do Fluxo de Caixa, onde foram aplicadas as seguintes técnicas: valor presente líquido (VPL), taxa interna de retorno (TIR), período de *payback* e ponto de equilíbrio. A partir dos resultados calculados, foi possível concluir que, considerando o Fluxo de Caixa Projetado, o VPL atingiu o valor de R\$ 29.097,53, simbolizando que o retorno do investimento foi maior que a TMA proposta. Além disso, ao executar as demais estimativas, obteve-se uma TIR é de 27% anuais e *payback* condizente com a proposta de investimento.

Palavras-chave: Animais de Companhia. *Pet Shop*. Viabilidade Econômico-Financeira.

### **1 Introdução**

Nos últimos anos, os animais de estimação passaram para dentro das casas e ganharam o status de membros da família. Com base em dados oficiais do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019), o Brasil já é o segundo país na quantidade de animais de estimação; os números de 2018 indicam a presença de 139,3 milhões deles. São 54,2 milhões de cães, 39,8 milhões de aves, 23,9 milhões de gatos, 19,1 milhões de peixes e 2,3 milhões de outras espécies (répteis anfíbios e pequenos mamíferos). O país já tem mais cães e gatos do que crianças em seus lares (REVISTA EXAME, 2020).

Na economia brasileira, o mercado nacional de produtos e serviços destinados ao tratamento e cuidado com animais domésticos é um dos segmentos mais aquecidos nos últimos tempos e espera continuar crescendo em 2020. Os números em 2019 do mercado *pet* no Brasil alcançaram R\$ 36,2 bilhões e a expectativa de faturamento para este ano é ainda melhor: R\$ 40 bilhões (INSTITUTO PET BRASIL, 2020).

Frente a essa grande oportunidade e competitividade, a inserção de um novo empreendimento neste segmento requer a formulação de um bom planejamento. A originalidade e a criatividade são aspectos fundamentais, pois proporcionam ao empreendedor

as vantagens necessárias para conquistar seus clientes e principalmente seu espaço no concorrido mercado.

Nesta perspectiva, a elaboração de um plano de negócio ao ato de abertura de uma empresa possibilitará uma avaliação criteriosa, a partir da qual serão tratadas questões como: clientes em potencial, concorrentes e fornecedores, como divulgar e vender as mercadorias, se o preço estipulado está de acordo com o mercado e com os custos, como funcionarão os processos operacionais da empresa, qual a projeção da rentabilidade, entre outras.

Não é viável constituir uma empresa sem um devido planejamento ao qual lhe permita observar informações e estratégias para obter o lucro desejado, sua rentabilidade e manter as obrigações em dia. Uma empresa com visão e com missão têm maiores chances de chegar ao sucesso. Imaginar o futuro e traçar metas para os negócios é sempre uma ótima ideia.

O objetivo do plano de negócio, no entanto, é muito mais abrangente do que isso; ele fornece uma visão bastante próxima da realidade que virá, evitando e reduzindo acontecimentos indesejados, diminuindo os riscos e incertezas. Neste contexto, o importante papel junto ao empreendedor será executado pela contabilidade, gerando informações e fornecendo instrumentos necessários à análise de viabilidade econômico-financeira e à tomada de decisões. Entretanto, será possível verificar se há ou não viabilidade para a abertura do negócio pretendido, após o levantamento dessas questões.

Para Dornelas (2018), empreendedorismo pode ser conceituado como o envolvimento das pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, e a perfeita implementação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. O empreendedorismo não necessariamente precisa ser aplicado em um novo negócio, é possível empreender em um já existente. À análise de viabilidade econômico-financeira de um negócio é o ponto inicial que um empreendedor necessita para a tomada de decisões, pois ela serve tanto para decidir sobre a abertura do empreendimento como para a sua sobrevivência no mercado.

Com base na delimitação no tema proposto, a questão de pesquisa para o estudo é: Como a análise de viabilidade econômico-financeira pode contribuir na decisão de abertura de um *Pet Shop* na cidade de Bento Gonçalves-RS.

A definição da questão de pesquisa, além de considerar a delimitação do tema, considerou também a necessidade de uma nova empresa para verificar a viabilidade econômico-financeira de seu investimento no ramo *Pet Shop*.

O objetivo geral é analisar a viabilidade econômico-financeira para abertura de um *Pet Shop* na cidade de Bento Gonçalves. A escolha desse tema se reveste de muita importância, pois o estudo de viabilidade do negócio possibilita reduzir erros e o uso desse método de decisão permite identificar qual iniciativa ou projeto possui maior potencial de rentabilidade para o negócio, norteados os próximos passos da empresa. Por isso este estudo, além de focar no empreendedorismo, tem o intuito de utilizar as ferramentas de análise como *payback*, valor presente líquido (VLP) e taxa interna de retorno (TIR) para demonstrar se a abertura de um *Pet Shop* pode gerar lucro.

Diante do exposto, pode-se entender que o tema proposto é de suma importância, tanto para fins acadêmicos, científicos e profissionais, o que comprova plenamente a sua realização.

## **2 Referencial Teórico**

### **2.1 Empreendedorismo**

A palavra “empreendedor” é derivada do Francês “*entreprendre*”, que significa “empreender” ou “conquistar”. Empreendedores são pessoas comprometidas em organizar, administrar e assumir riscos de um negócio. Nos últimos anos, os empreendedores fizeram muitas coisas e agora é preciso ampliar essa definição. Hoje, os empreendedores são inovadores ou desenvolvedores que descobrem e aproveitam as oportunidades. Transforme essas oportunidades em ideias viáveis e / ou comercializáveis; agregue valor, esforço, dinheiro ou habilidades ao longo do tempo; assuma riscos em um mercado competitivo para implementar essas ideias e obtenha recompensas por esses esforços (KURATKO, 2017).

Os empreendedores têm pensamento diferenciado, investigativo e criativo. O ambiente de tomada de decisão é decisivo para que ele avalie suas escolhas e seja movido por suas próprias intenções e motivos, diante de um mercado cercado de riscos em um ambiente ameno ou hostil (VELHO; GIACOMELLI, 2017).

Não há dúvidas sobre a importância do comportamento empreendedor para o desenvolvimento e crescimento social. De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo desempenha um papel importante na criação e crescimento de empresas, assim como no crescimento e prosperidade de nações e regiões.

Atualmente, o mundo está em uma nova onda de negócios e desenvolvimento econômico, e o empreendedorismo é um catalisador global. Conforme Kuratko (2017), a importância do desenvolvimento do empreendedorismo no século XXI é o processo dinâmico de visão, mudança e criação, que requer o uso de energia e paixão para criar e implementar ideias e soluções inovadoras.

Para Dornelas (2018) a inovação deve estar relacionada à mudança, fazer coisas de maneiras diferentes, criar coisas novas e mudar seu ambiente operacional. Não é apenas uma relação comum estabelecida pela criação de novos produtos ou serviços, é também mais abrangente. O ato de criar coisas novas está intimamente relacionado a invenções, boas ideias, *flashes* repentinos de luz e, finalmente, expõe coisas novas.

As principais inovações estão relacionadas ao uso de tecnologias de informação e comunicação (TIC) para melhoria de processos. Os empreendedores sabem aproveitar as oportunidades proporcionadas pela inovação tecnológica e, normalmente, são eles próprios responsáveis por essas inovações, criando empregos e novos negócios (FILHO RAZZOLINI, 2012).

Segundo Dornelas (2018), o empreendedor usa sua criatividade, bem como suas habilidades de gestão e conhecimento de negócios para descobrir oportunidades de inovação. Querem sempre ir mais longe, querem descobrir coisas novas, querem mudar, não se contentam com o mesmo. Isso os motiva a buscar e praticar a inovação. Portanto, a busca pela inovação do sistema ou prática inovadora é uma atividade comum dos empreendedores, sejam eles os que iniciam novos negócios ou os que trabalham em organizações estabelecidas.

De acordo com a última pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019) com o apoio do SEBRAE (2020), estima-se que um total de 53,4 milhões de brasileiros conduza algumas atividades empreendedoras que envolvem a criação de novos negócios, a fusão de novos empreendimentos ou realizando esforços para manter um negócio já estabelecido. O estudo também mostrou que a proporção de potenciais empreendedores em 2019 era de 30,2%, o que significa que três em cada 10 brasileiros adultos não considerados empreendedores esperam iniciar seu próprio negócio nos próximos três anos.

A partir de meados do século XX, as pessoas começaram a estudar e analisar o empreendedorismo com mais cuidado, afinal, houve a compreensão da sua importância. Grande parte dos empreendedores assumem riscos que não conhecem; normalmente, isso se

deve a um planejamento imperfeito. Ao planejar, os empreendedores não analisam os riscos que existem na implementação do empreendimento. O risco deve ser parte do problema, pode ser avaliado e geralmente reduzido, evitado ou eliminado (SALIM; SILVA, 2010).

Portanto, o planejamento é um processo que nunca termina na empresa. Isso é extremamente importante quando os empreendedores precisam preparar um plano de negócios preliminar nos estágios iniciais de um negócio. O plano será finalizado quando o empreendedor tiver um melhor entendimento do mercado, do produto ou serviço a ser ofertado, da equipe de gestão e das necessidades financeiras do novo empreendimento (VELHO; GIACOMELLI, 2017).

## 2.2 Mercado para *Pet Shop*

Dados oficiais do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019) apontam que o Brasil já é o segundo país na quantidade de animais de estimação; os números de 2018 indicam a presença de 139,3 milhões deles. São 54,2 milhões de cães, 39,8 milhões de aves, 23,9 milhões de gatos, 19,1 milhões de peixes e 2,3 milhões de outras espécies (répteis anfíbios e pequenos mamíferos). O país já tem mais cães e gatos do que crianças em seus lares.

No cenário atual, esse número mais que dobrou. Segundo o Instituto *Pet* Brasil (IPB, 2019), se cresce os *pets*, crescem os donos cada vez mais entusiasmados para darem mais qualidade de vida e mimos aos bichinhos. A expectativa de faturamento para o setor em 2020 é de R\$ 40 bilhões.

A pesquisa Mercado de Consumo *PET* (ABINPET), conduzida pelo SPC Brasil e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), realizada com internautas nas 27 capitais brasileiras no ano de 2017, sugere que quem convive com um animal de estimação acaba construindo uma relação eminentemente afetiva. Portanto, os donos não veem cães, gatos, roedores ou aves como mera fonte de despesas ou mais uma dentre tantas responsabilidades trabalhosas no dia a dia, mas sim como verdadeiros amigos que são capazes de retribuir, de diversos modos, toda a atenção e o cuidado que recebem.

De acordo com a pesquisa da ABINPET (2017), o desenvolvimento do mercado reflete o reconhecimento dos benefícios da interação entre humanos e animais para a saúde de ambos. Os animais de estimação, hoje, são parte da família. A longevidade e o estilo de vida solitário nas grandes cidades tornam os animais de estimação importantes na vida das pessoas. Além disso, são considerados fundamentais em tratamentos terapêuticos e em políticas de inclusão social. A maioria dos donos de animais os trata como entes queridos, alguém que merece o mesmo zelo que uma criança ou outro membro da família. Essa atitude também se manifesta na disposição das pessoas em aprender sobre as necessidades específicas de seus animais de estimação, de forma a garantir uma vida confortável em todos os aspectos.

Segundo dados do IBGE (2019), os animais de estimação são membros da família. Por isso, são tratados com todo carinho e não há economia para lhes oferecer o que há de melhor. Assim, o setor *pet* se desenvolveu, apostando na novidade e ampliando seu faturamento. Para garantir sua participação nesse mercado, você precisa se destacar da concorrência. O *marketing* de relacionamento envolve diversas ações realizadas pela empresa como forma de estabelecer e manter relacionamentos positivos com os clientes, e é uma forma de proporcionar benefícios para garantir o sucesso.

Conforme ABINPET (2019) percebe-se que as pessoas estão dispostas a oferecer o melhor que podem a seus *pets*, tanto em termos materiais quanto emocionais. Para os diversos segmentos relacionados, é uma sinalização clara de que será necessário investir em inovação e

qualidade em produtos e serviços que garantam o conforto e bem-estar dos animais. Toda essa mudança relativamente recente na condição que os animais ocupam na vida familiar oferece inúmeras oportunidades voltadas a empreendedores e profissionais que atuam ou pretendem atuar no segmento *pet*. Portanto, este mercado está em constante movimento e crescimento; é necessário investir em inovação, atendimento qualificado e qualidade dos serviços prestados para conquistar o seu espaço.

### 2.3 Plano de Negócio

O plano de negócio, *business plan*, é um documento que contém um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento e define suas principais características e condições para fornecer uma análise de sua viabilidade e risco, e para facilitar sua implantação. É uma espécie de plano de viabilização de uma ideia, um pequeno *checklist* para não deixar passar nada despercebido em um empreendimento (SEBRAE, 2020).

De acordo com Mariano e Mayer (2011), elaborar um plano de negócios é um método estruturado de reflexão sobre a empresa, que pode minimizar a chance de erro. Implementar o plano e adaptá-lo à realidade empresarial é o principal desafio do empreendedor.

Assim, o plano de negócios é um projeto para que se possa analisar e determinar a viabilidade do empreendimento. Deve fornecer todas as informações possíveis e pode ser estruturado de várias maneiras para persuadir investidores, bancos e agências de desenvolvimento a buscar capital, ou persuadir outros parceiros a investir pesadamente na ideia (CHIAVENATO, 2012).

Conforme Biagio e Batocchio (2018) não se deve pensar que o plano de negócios só se aplica a novas empresas, porque isso não é necessariamente correto. As empresas que já estão operando precisam de planos de negócios como as novas e, à medida que a frequência aumenta, as empresas antigas perceberam essa necessidade e estão adotando esse método.

Para desenvolver um plano de negócios, é importante entender o mercado. A formulação do plano faz com que você se sinta satisfeito e seguro desse desempenho, além de fortalecê-lo diante das possíveis dificuldades. Nesse sentido, é importante avaliar suas habilidades antes de elaborá-lo (VELHO; GIACOMELLI, 2017).

O plano de negócios não tem escala ideal nem composição ideal. Cada empresa deve procurar aquilo que melhor lhe convenha, dependendo de seus objetivos e da utilização do plano. É importante manter uma sequência lógica para que todos os leitores possam compreender a empresa, seus objetivos, produtos e serviços, mercados, estratégias de *marketing* e situação financeira (BIAGIO; BATOCCHIO, 2018).

Entender o ramo da atividade, definir o produto e analisar a localização do estabelecimento são algumas das medidas que o empreendedor deve considerar na hora de abrir um negócio (SEBRAE, 2020). Pode-se perceber que a definição de objetivos é fundamental para a elaboração de planos de negócios: se esta etapa não for formulada adequadamente, outras etapas serão prejudicadas e podem levar ao fracasso.

Conceitos como missão, visão, valores e objetivos globais são a base para orientar a direção do negócio. Portanto, o foco da missão da empresa é definir o negócio e os clientes para que saibam o que fazer (produto / serviço), como fazer (tecnologia utilizada) e para quem fazer (mercado). Quando todos esses conceitos estiverem bem definidos e estabelecidos, o negócio se tornará mais racional, pois todas as decisões e ações são regidas e orientadas para o alcance de determinados objetivos (CHIAVENATO, 2012). Segundo Velho e Giacomelli (2017), manter a empresa saudável e ativa é condição necessária para o empreendedor. Nesse sentido, o planejamento é uma ferramenta importante para atingir as metas e objetivos

traçados e manter um fio condutor (ou seja, uma linha que norteia a maneira como você gerencia o seu negócio e o ambiente organizacional).

Elaborar um plano de *marketing* é fundamental para o sucesso de um negócio. É importante para os empreendedores analisar o ambiente em que a empresa pretende atuar, tanto do ponto de vista externo quanto nos aspectos internos à organização. E a localização do empreendimento é de suma importância (principalmente para as atividades de comércio ou serviços). Em *marketing*, o estudo de localização também é definido como um ponto de venda, fator importante para o empreendedor ter pontos de tráfego de clientes, podendo também simplificar o processo de venda (FILHO RAZZOLINI, 2012).

Não adianta apenas saber fazer bons produtos ou prestar bons serviços, é preciso também saber como colocá-los no mercado e ser capaz de convencer as pessoas a comprá-los. O *marketing* é o principal elo entre empreendedores e clientes, pois através dele os consumidores podem obter produtos/serviços na hora certa com as características e preços certos (CHIAVENATO, 2012).

Para Wildauer (2012), se as atividades e os recursos de que a empresa necessita agora e no futuro não forem devidamente planejados, a chance de realizar um sonho de negócio é muito pequena. Por isso é importante planejar, ou seja, realizar estudos para mapear os elementos de nossas ideias de negócios em detalhes. É relevante tomar decisões que permitam aos empreendedores competir no mercado extremamente disputado por diferentes empresas. O preço pelo qual o empreendedor pretende vender o produto/serviço é um fator estratégico para o sucesso ou fracasso do empreendimento. Embora os preços possam ser ajustados com o tempo, é imprescindível ser adequado desde o início. Quem determina o preço, para a grande maioria é o mercado e não o fornecedor (FILHO RAZZOLINI, 2012).

Portanto, ao finalizar o plano de negócios, o empreendedor perceberá que tem em mãos um documento útil para entender a viabilidade do seu negócio e apresentará, então, os aspectos da estrutura da sua empresa, operacionais e financeiros (WILDAUER, 2012).

#### 2.4 Análise de Viabilidade Econômica e Financeira

Segundo Dornelas (2018), o plano financeiro deve refletir em números tudo o que foi planejado para o negócio, incluindo investimentos, gastos com *marketing*, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis, projeção de vendas, análise de rentabilidade do negócio, etc. É aconselhável que o empreendedor busque o auxílio de um profissional contábil para a sua elaboração.

Hashimoto e Borges (2020) ressaltam que a qualidade do plano financeiro é diretamente proporcional à qualidade das informações levantadas. Quanto maior a exatidão percebida dos dados, mais credibilidade o plano ganha. Por isso, é preciso ser bem claro sobre as fontes dos dados, sobre os pressupostos assumidos e sobre os cálculos e projeções. Ou seja, o empresário não pode apenas supor que terá um volume de vendas 40% maior que a concorrência, ele precisa ter embasamento em suas projeções, como por exemplo, um contrato já fechado com um cliente, que garantiu um percentual alto das vendas iniciais.

De acordo com Dornelas (2018), as principais demonstrações a serem apresentadas em um plano de negócios são: balanço patrimonial, demonstração de resultados e demonstração de fluxo de caixa. Através destas demonstrações é possível efetuar uma análise de viabilidade do negócio e o retorno financeiro. Conforme Ribeiro (2018), o Balanço Patrimonial é a demonstração financeira (contábil) projetada para mostrar quantitativa e qualitativamente a situação patrimonial e financeira da entidade em uma determinada data; deve conter todos os

bens e direitos, incluindo tangíveis (materiais) e intangíveis (imateriais), as obrigações e o Patrimônio Líquido da entidade.

Martins; Diniz e Miranda (2020) ressaltam que a Demonstração do Fluxo de Caixa fornece informações importantes sobre a situação financeira da empresa para usuários externos e internos. De acordo com Biagio e Batocchio (2018), a ferramenta adequada para um bom controle financeiro de curto prazo é chamada de fluxo de caixa, que consiste em monitorar a entrada e a saída de recursos financeiros do caixa da empresa. De modo geral, o fluxo de caixa representa a soma de todas as entradas financeiras, da qual todas as saídas financeiras são subtraídas e o restante é o saldo.

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) é um relatório contábil que visa evidenciar a composição dos resultados apurados durante determinado período da empresa. Com base no regime de competência, o relatório mostrará a formação dos resultados comparando a receita e os respectivos custos e despesas (DORNELAS, 2018).

De acordo com Hashimoto e Borges (2020), sempre que se aplica algum recurso financeiro em um negócio, é necessário verificar se esta aplicação é rentável ou não. Mais ainda: se a rentabilidade é suficiente, na opinião do investidor, para compensar os riscos e o trabalho que o empreendimento gera. Esta é a parte mais importante do plano de negócios, pois é possível tirar conclusões se o empreendimento é viável financeiramente e se vale a pena investir nele. Todo o plano de negócios visa dar credibilidade aos números, para que a conclusão final, ou seja, o estudo de viabilidade esteja o mais próximo possível da situação real, e possa tomar uma decisão fundamentada e razoável. Existem muitas maneiras de avaliar a viabilidade de uma empresa, e o empreendedor não deve usar nenhum indicador isoladamente como base. Alguns desses métodos são o ponto de equilíbrio, o período de *payback*, o valor presente líquido e a taxa interna de retorno. No Quadro 01, verificam-se as principais técnicas de análise de investimento:

**Quadro 1** – Técnicas de Análise de Investimento

Técnicas de Análise de Investimento	Conceito	Crerios de Decisão
Período do <i>Payback</i>	Esta é uma técnica de avaliação de investimentos usada por pequenas e médias empresas. O período de <i>payback</i> é o tempo necessário para a empresa recuperar seu investimento inicial.	A duração do período de retorno máximo aceitável é determinada pela administração. Portanto, se o período de retorno do investimento for menor que o período máximo aceitável, o projeto será aceito. Se for maior, o projeto será rejeitado.
Valor Presente Líquido (VPL)	Esta é uma técnica mais sofisticada porque considera o valor do dinheiro no tempo. Este método desconta o fluxo de caixa ao custo de capital.	A lógica por trás do VPL é simples, o projeto só deve ser aceito quando seu VPL for maior que zero. Somente quando o VPL é positivo, a empresa pode obter um retorno superior ao seu custo de capital.
Taxa Interna de Retorno (TIR)	A taxa de desconto que iguala a VPL a zero (isso ocorre porque o valor presente da entrada de caixa é igual ao investimento inicial). É a taxa de retorno que a empresa obterá investindo no projeto, recebendo as entradas de caixa previstas.	Se a TIR for maior que o custo de capital, o projeto é aceito. Se for menor, rejeite o projeto. Esse critério de decisão garante que a empresa receba, pelo menos, o retorno desejado, gerando assim alguma riqueza para seus proprietários.

Fonte: Baseado em Gitman e Zutter (2017), adaptado.

Conforme Wildauer (2012) é interessante perceber que a apresentação desses indicadores ajuda a explicar e explicitar os custos, os ganhos, as projeções e princípios básicos dos recursos que o novo negócio deve ter, além de ajudar a entender o fluxo de caixa e das movimentações previstas para o nosso projeto no plano de negócios.

Para a maioria das pessoas, inclusive empreendedores, o setor financeiro é uma das áreas mais difíceis. Portanto, além do apoio dos profissionais da área, mais atenção deve ser dada a esses aspectos para que os resultados sejam pelo menos satisfatórios. É preciso enfatizar que o empreendedor deve controlar estritamente as questões financeiras para não ser surpreendido no processo de desenvolvimento do empreendimento (FILHO RAZZOLINI, 2012).

Com base em custos fixos e custos variáveis, identifica-se o chamado ponto de equilíbrio (*breakeven point*) ou ponto de paridade, o qual pode ser definido como o valor e / ou quantidade vendida, que não representa os lucros da empresa nem as perdas da empresa. Este é o nível operacional em que as receitas se igualam às despesas, proporcionando um ponto de equilíbrio entre elas (CHIAVENATO, 2012).

Segundo Hashimoto e Borges (2020) este é o parâmetro mais importante porque pode determinar o momento em que as contas da empresa cobrem com precisão seus custos operacionais. Não há lucro ou perda no ponto de equilíbrio. Há um lucro acima dele. Abaixo, há uma perda. Pode ser calculado dividindo o custo fixo pela margem de contribuição e pode determinar a produção que deve ser desenvolvida para cobrir o custo.

Chiavenato (2012) ressalta que o cálculo do ponto de equilíbrio é fundamental para saber quanta produção irá cobrir os custos fixos e variáveis e quando começar a lucrar no negócio. De acordo com Hisrich; Peters e Shepherd (2013) entende-se, portanto, que o ponto de equilíbrio é o marco zero do negócio, uma vez que ele informa ao empreendedor o quanto deve ser vendido para que o empreendimento passe a apresentar lucro. O *breakeven point* pode ser classificado como contábil, econômico e financeiro, conforme mostra o Quadro 2.

**Quadro 2** – Tipos de ponto de equilíbrio

(continua)

Ponto de Equilíbrio	Conceito	Fórmula
Ponto de equilíbrio contábil (PEC)	O ponto de equilíbrio contábil é o estágio alcançado pela empresa no qual a receita total iguala-se aos custos e despesas totais, não havendo, contabilmente, nem lucro nem prejuízo.	$PEC = CDFT/MCU$ CDFT = Custos e despesas fixas totais. MCU = Margem de contribuição unitária (é a receita unitária menos os custos e despesas variáveis por unidade).
Ponto de equilíbrio econômico (PEE)	O ponto de equilíbrio econômico é o estágio alcançado pela empresa no momento em que a receita total é suficiente para cobrir os custos e as despesas totais e ainda proporcionar uma margem de lucro ao proprietário.	$PEE = CDFT+ML/MCU$ CDFT = Custos e despesas fixas totais. ML = Margem de lucro MCU = Margem de contribuição unitária.

**Quadro 2** – Tipos de ponto de equilíbrio

(conclusão)

Ponto de Equilíbrio	Conceito	Fórmula
Ponto de equilíbrio financeiro (PEF)	Ponto de equilíbrio financeiro é o estágio alcançado pela empresa no momento em que a receita total auferida é suficiente para cobrir o total de custos e despesas diminuído do total dos custos e despesas não financeiros. São aqueles que, são considerados na apuração do resultado, mas não correspondem a saídas de dinheiro da empresa, por exemplo: a depreciação.	$PEF = CDFT - CDNF / MCU$  CDFT = Custos e despesas fixas totais. CDNF = Custos e despesas não financeiras. MCU = Margem de contribuição unitária.

Fonte: Adaptado de Ribeiro (2018).

De acordo com o Quadro 2, o ponto de equilíbrio contábil permite ao empreendedor saber a quantidade mínima que deve alcançar de vendas para cobrir seus custos e despesas totais. Já o ponto de equilíbrio econômico permite saber o volume de vendas necessário para que além de cobrir os custos e despesas totais, seja possível obter o lucro almejado. Por fim, o ponto de equilíbrio financeiro representa a quantidade de vendas necessária para pagar os custos e despesas desembolsáveis.

### 3. Aspectos Metodológicos

#### 3.1 Delineamento da pesquisa

Para efeito desta pesquisa, este trabalho utiliza um estudo descritivo que mostra as características da população a ser examinada. Foi realizado o levantamento do investimento inicial, da estrutura física, do capital de giro, dos custos fixos e de mão de obra e feita a projeção de receitas, para verificar a possibilidade de viabilizar ou inviabilizar o empreendimento. Através de livros e trabalhos publicados para agregar mais o assunto, a pesquisa bibliográfica foi empregada como elemento de investigação. A partir das explicações de Boccato (2006 *apud* PIZZANI *et. al.* 2012), a pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Este tipo de pesquisa nos traz uma contribuição para o conhecimento, em relação ao conteúdo da pesquisa, o método de processamento, foco e ponto de vista do assunto proposto na literatura científica. Portanto, é muito importante que os pesquisadores planejem sistematicamente o processo de pesquisa, incluindo desde a definição do tema, a estrutura lógica do trabalho até a determinação da forma de comunicação.

O meio de investigação de pesquisa de campo foi utilizado também. Neste método foi buscado conhecer o perfil e a ocupação dos entrevistados e a necessidade de levarem seus bichinhos para os serviços disponibilizados no *Pet Shop*. Em relação aos procedimentos técnicos e visando aplicar de forma prática através da pesquisa bibliográfica os conceitos teóricos levantados, foi realizado um estudo de caso relacionado a abertura de um *Pet Shop* na cidade de Bento Gonçalves-RS.

No âmbito da metodologia da pesquisa científica, os estudos de caso constituem vários modos de produção do conhecimento numa determinada área, embora sejam flexíveis, ainda

são muito restritos. Conforme esclarece Gil (2019), como delineamento de pesquisa, o estudo de caso indica princípios e regras a serem observados ao longo de todo o processo de investigação. Assim, com base nas declarações dos autores, pode-se entender que os métodos selecionados são os mais adequados para o tipo de pesquisa proposto.

### 3.2 Procedimentos de coleta e análise dos dados

Primeiramente, foi realizada uma revisão da literatura sobre empreendedorismo, mercado para *pet shop*, plano de negócios e sobre a análise de viabilidade econômica e financeira, a fim de fornecer uma base teórica para este artigo.

Além disso, foi realizada uma pesquisa com os estudantes da UCS CARVI no mês de abril/2021, do curso de Ciências Contábeis, através de questionário por formulário eletrônico com perguntas para verificar alguns dados sobre os perfis dos clientes e a demanda pelos serviços disponibilizados por um *pet shop* no bairro Universitário.

Em seguida, foi realizado um estudo de análise de viabilidade econômica e financeira para a implantação de tal estabelecimento no bairro Universitário na cidade de Bento Gonçalves, nos quais os resultados foram analisados em planilhas eletrônicas.

## 4. Resultados da pesquisa

### 4.1 Análise com base no questionário aplicado

Foi realizada uma pesquisa em formato de questionário online para verificar a demanda de abertura de um *pet shop* no bairro Universitário, na cidade de Bento Gonçalves. A pesquisa foi realizada com os estudantes e egressos da UCS CARVI, do curso de Ciências Contábeis, no mês de abril/2021, sendo enviados 241 questionários, dos quais obteve-se o retorno de 128 respostas, 53% dos envios. Dentre os entrevistados, 89% possuem algum animal de estimação. Destes, 58% utilizam o serviço de banho e tosa e 42% compram produtos no *pet*.

Questionados sobre a possibilidade da abertura do *pet shop* no local indicado, 55% consideraram interessante e 25% bom. Destes, 75% estariam dispostos a usufruir dos serviços oferecidos pelo novo estabelecimento. Percebe-se, pelos resultados alcançados, que existe uma demanda pelos serviços propostos, o que viabiliza a abertura do empreendimento.

### 4.2 Análise de Viabilidade Econômica e Financeira

O estudo foi baseado na abertura de um *pet shop* na cidade de Bento Gonçalves, chamado de Agropet 4 patas. A empresa está constituída como uma sociedade limitada unipessoal, tributada pelo Simples Nacional, atribuída ao único sócio proprietário, o qual integralizou um capital social de R\$ 100.000,00; suas instalações ocupam uma sala comercial locada, com espaço físico de 178m<sup>2</sup>.

Para analisar a viabilidade econômica financeira do *pet shop* foram utilizadas planilhas eletrônicas, a fim de levantar todo o investimento físico, custos e despesas, custos da prestação de serviço e das mercadorias para revenda. Na Tabela 1 encontram-se todos os investimentos necessários para a estrutura física.

**Tabela 1 – Investimentos**

<b>Investimentos</b>			
<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Valor Total</b>
Licenciamento		R\$	1.610,58
Infra Estrutura		R\$	21.998,19
Equipamentos		R\$	12.629,43
Acessórios Banho e Tosa		R\$	4.121,96
Equipamentos de proteção individual		R\$	281,88
Materiais loja		R\$	288,49
Materias e utensílios de limpeza		R\$	251,68
Estoque Mercadorias para Revenda		R\$	5.000,00
<b>Investimentos totais</b>		<b>R\$</b>	<b>46.182,21</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

De acordo com a Tabela 1, todos os investimentos iniciais exigidos pelo *pet shop*, desde a composição ao funcionamento, da estrutura do banho e tosa até à área de revenda das mercadorias, contou com um investimento inicial no valor total de R\$ 46.182,21. Na Tabela 2 encontra-se a estrutura de pessoal necessária, bem como os encargos decorrentes da folha de pagamento.

**Tabela 2 – Mão de Obra Mensal**

<b>Custo com mão de obra e encargos</b>											
<b>Função</b>	<b>Salário</b>	<b>Qtde</b>	<b>Valor mensal</b>	<b>13º Salário</b>	<b>Férias</b>	<b>Subtotal</b>	<b>FGTS</b>	<b>Total</b>			
Banhista/Tosador	R\$ 1.500,00	1	R\$ 1.500,00	R\$ 125,00	R\$ 166,66	R\$ 1.791,66	R\$ 143,33	R\$ 1.935,00			
Pró labore	R\$ 1.100,00	1	R\$ 1.100,00	R\$ -	-	-		R\$ 1.100,00			
<b>Totais:</b>	<b>R\$ 2.600,00</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 2.600,00</b>	<b>R\$ 125,00</b>	<b>R\$ 166,66</b>	<b>R\$ 1.791,66</b>	<b>R\$ 143,33</b>	<b>R\$ 3.035,00</b>			

Fonte: Elaborado pela autora.

Para a execução da atividade de banho e tosa é necessário à contratação de um banhista/tosador. Vale ressaltar que o proprietário também trabalha no empreendimento, tendo sua remuneração através de retirada de pró-labore, realizando tarefas administrativas, compras e a parte de vendas. Portanto, pode ser analisado na Tabela 2, o custo mensal da mão de obra e pró-labore de R\$ 2.600,00, mais o FGTS no valor de R\$ 143,33. Ressaltando que a empresa é tributada pelo Simples Nacional.

A Tabela 3 relaciona os custos fixos necessários para o funcionamento do *pet shop*, enquanto a Tabela 4 apresenta todos os custos variáveis, ainda que estes possam oscilar para mais ou para menos, dependendo da quantidade de vendas e movimentação do negócio. De acordo com as Tabelas 3 e 4, os custos fixos e variáveis mensais médios são calculados em R\$7.559,02.

**Tabela 3 – Custos Fixos**

<b>Custos Fixos</b>			
<b>Item</b>	<b>Valor Mensal</b>		<b>Valor Anual</b>
(-) Salário e Encargos Sociais	R\$	1.935,00	R\$ 23.219,95
(-) Aluguel	R\$	2.500,00	R\$ 30.000,00
(-) Pró-labore	R\$	1.100,00	R\$ 13.200,00
(-) Contabilidade	R\$	250,00	R\$ 3.000,00
(-) Depreciação	R\$	217,13	R\$ 2.605,56
(-) Taxa responsável técnico	R\$	400,00	R\$ 4.800,00
<b>Total</b>	<b>R\$</b>	<b>6.402,13</b>	<b>R\$ 76.825,51</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

**Tabela 4 – Custos Variáveis**

<b>Custos Variáveis</b>			
<b>Item</b>	<b>Valor Mensal</b>		<b>Valor Anual</b>
(-) Água	R\$	62,00	R\$ 744,00
(-) Energia Elétrica	R\$	147,00	R\$ 1.764,00
(-) Telefone/Internet	R\$	129,89	R\$ 1.558,68
(-) Material de Limpeza	R\$	50,00	R\$ 600,00
(-) Materiais de Escritório	R\$	25,00	R\$ 300,00
(-) Despesas com Manutenção	R\$	120,00	R\$ 1.440,00
(-) Marketing e Propaganda	R\$	100,00	R\$ 1.200,00
(-) Comissão do Cartão	R\$	128,00	R\$ 1.536,00
(-) Mensalidade Cartão de Crédito	R\$	45,00	R\$ 540,00
(-) Produtos de estética (shampoos, condicionadores e perfumes)	R\$	350,00	R\$ 4.200,00
<b>Total</b>	<b>R\$</b>	<b>1.156,89</b>	<b>R\$ 13.882,68</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

Na Tabela 5, apuram-se os valores das mercadorias para revenda no *pet shop*, os produtos de estética animal e os enfeites a serem utilizados no banho e tosa.

**Tabela 5 – Estoque Atual**

<b>Estoque</b>	<b>Valor</b>
Mercadorias para revenda	R\$ 47.955,96
Shampoos, condicionadores e perfumes	R\$ 3.500,00
Enfeites banho e tosa	R\$ 750,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 52.205,96</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

A Tabela 6 mostra a previsão de faturamento para o negócio nos próximos 5 anos:

**Tabela 6 – Previsão de faturamento**

<b>Previsão de faturamento</b>			
Mês 1:	R\$		4.110,09
Mês 2:	R\$		4.370,05
Mês 3:	R\$		4.741,60
Mês 4:	R\$		9.047,06
Mês 5:	R\$		12.040,62
Mês 6:	R\$		13.365,09
Mês 7:	R\$		14.835,25
Mês 8:	R\$		16.467,13
Mês 9:	R\$		18.278,51
Mês 10:	R\$		20.289,14
Mês 11:	R\$		22.520,95
Mês 12:	R\$		24.998,26
Total Período 1:	R\$		165.063,74
Total Período 2:	R\$		170.015,65
Total Período 3:	R\$		175.116,12
Total Período 4:	R\$		180.369,61
Total Período 5:	R\$		185.780,70

Fonte: Elaborado pela autora.

Pode observar que a projeção de faturamento, apuração mensal até o mês de maio, indicados na Tabela 6, retrata a realidade de receita do estabelecimento. Também, é possível verificar os efeitos da pandemia decorrente da COVID-19 em relação ao mês de março, onde as atividades de banho e tosa ficaram suspensas pelo período de 15 dias. Contudo, espera-se um aumento no faturamento de 11% em relação ao mês anterior e de 3% ao ano, pois a empresa tem como objetivo fidelizar os seus clientes e ainda conquistar cada vez o mercado, através de um bom atendimento e de frequente divulgação nas mídias sociais.

Na sequência, a Tabela 7 apresentada contém a Demonstração de Resultado do Exercício - DRE anual projetado:

**Tabela 7 – DRE Anual Projetado**

Descrição	<b>DRE Anual Projetado</b>									
	Período 1		Período 2		Período 3		Período 4		Período 5	
RECEITA OPERACIONAL DO EXERCÍCIO	R\$	165.063,74	R\$	170.015,65	R\$	175.116,12	R\$	180.369,61	R\$	185.780,70
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$	159.548,20	R\$	164.334,65	R\$	169.264,69	R\$	174.342,63	R\$	179.572,90
(-) CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	R\$	29.163,69	R\$	30.038,60	R\$	30.939,76	R\$	31.867,95	R\$	32.823,99
LUCRO BRUTO	R\$	130.384,51	R\$	134.296,04	R\$	138.324,92	R\$	142.474,67	R\$	146.748,91
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	R\$	90.708,19	R\$	93.429,43	R\$	96.232,31	R\$	99.119,28	R\$	102.092,86
(-) Despesas com Vendas	R\$	1.200,00	R\$	1.236,00	R\$	1.273,08	R\$	1.311,27	R\$	1.350,61
(-) Despesas Gerais e administrativas	R\$	87.432,19	R\$	90.055,15	R\$	92.756,81	R\$	95.539,51	R\$	98.405,70
(+/-) Outras despesas e receitas operacionais	R\$	2.076,00	R\$	2.138,28	R\$	2.202,43	R\$	2.268,50	R\$	2.336,56
(-) Despesas financeiras	R\$	2.076,00	R\$	2.138,28	R\$	2.202,43	R\$	2.268,50	R\$	2.336,56
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$	39.676,32	R\$	40.866,61	R\$	42.092,61	R\$	43.355,39	R\$	44.656,05

Fonte: Elaborado pela autora.

Analisando o DRE Anual Projetado, é possível verificar que a negócio terá lucro contábil, sendo que a porcentagem de lucratividade será em média 24,9%, ou seja, para cada R\$ 100,00 reais vendidos, obtém-se um lucro de R\$ 24,90 reais. Buscando aprofundar a análise de viabilidade econômica e financeira, foram realizados alguns cálculos, como Fluxo de Caixa, TMA, VPL, TIR, *Payback* descontado e posteriormente o ponto de equilíbrio contábil, econômico e financeiro.

Inicialmente, o cálculo do Fluxo de Caixa mostrou a perspectiva real da movimentação financeira do negócio. Desta forma, pode-se verificar que com a integralização do capital de R\$ 100.000,00 reais será possível manter o negócio sem a necessidade de um novo investimento em capital de giro, seja de capital próprio ou de terceiros. Para os cinco anos projetados, encontrou-se os seguintes resultados, respectivamente: R\$ 75.133,40, R\$ 21.995,08, R\$ 22.613,73, R\$ 23.292,15 e R\$ 23.990,91, todos positivos, o que demonstra que a empresa será capaz de honrar seus compromissos financeiros.

O resumo dos indicadores encontra-se na Tabela 8, para uma melhor visualização.

**Tabela 8** – Indicadores

<b>Índices Econômicos</b>	
Taxa Mínima de Atratividade (TMA)	12%
Valor Presente Líquido (VPL) - para 5 anos	R\$ 29.097,53
Taxa Interna de Retorno (TIR) - para 5 anos	27%
	2,96
Tempo de Retorno do Investimento ( <i>Payback</i> )	2 anos, 11 meses e 16 dias.
Rentabilidade ao ano	39,68%
Lucratividade ao ano	24,9%

Fonte: Elaborado pela autora.

Com base em informações de fluxo de caixa e análise de mercado, considera-se uma taxa de atratividade mínima (TMA) de 12% ao ano. De posse dessas informações, foi calculado o valor presente líquido (VPL) para 5 anos e encontrou-se um valor positivo de R\$ 29.097,53 o que indica que o negócio proposto é atrativo.

Outro resultado positivo é a taxa interna de retorno (TIR), que resulta em 27%, superior à TMA de 12% ao ano, o que indica a viabilidade do negócio. Conforme apresentado na Tabela 8, no cálculo do período de *payback* descontado, o retorno do investimento será concluído em 2 anos, 11 meses e 16 dias.

Por fim, foram realizados os cálculos do ponto de equilíbrio contábil, econômico e financeiro. Na Tabela 9 verifica-se o ponto de equilíbrio contábil.

**Tabela 9** – Ponto de equilíbrio contábil

(continua)

<b>PEC =</b>	$\frac{\text{CDFT}}{\text{MC \%}}$	<b>= Resultado PEC</b>
<b>Ano 01</b>	$\frac{90.708,19}{79\%}$	<b>114.834,44</b>

**Tabela 9 – Ponto de equilíbrio contábil**

(conclusão)

<b>Ano 02</b>	$\frac{93.429,43}{79\%}$	<b>118.279,48</b>
<b>Ano 03</b>	$\frac{96.232,31}{79\%}$	<b>121.827,86</b>
<b>Ano 04</b>	$\frac{99.119,28}{79\%}$	<b>125.482,70</b>
<b>Ano 05</b>	$\frac{102.092,86}{79\%}$	<b>129.247,18</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme Tabela 9, o PEC foi calculado dividindo o custo fixo total pela margem de contribuição (em percentual), demonstrando que a empresa atingirá o seu ponto de equilíbrio contábil nos cinco anos projetados neste estudo.

Na Tabela 10 apresenta-se o ponto de equilíbrio econômico.

**Tabela 10 – Ponto de equilíbrio econômico**

<b>PEE =</b>	$\frac{\text{CDFT} + \text{ML}}{\text{MC \%}}$	<b>= Resultado PEE</b>
<b>Ano 01</b>	$\frac{110.708,19}{79\%}$	<b>140.153,98</b>
<b>Ano 02</b>	$\frac{113.429,43}{79\%}$	<b>143.599,01</b>
<b>Ano 03</b>	$\frac{116.232,31}{79\%}$	<b>147.147,39</b>
<b>Ano 04</b>	$\frac{119.119,28}{79\%}$	<b>150.802,23</b>
<b>Ano 05</b>	$\frac{122.092,86}{79\%}$	<b>154.566,71</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

Foram considerados para o cálculo do ponto de equilíbrio econômico os custos e despesas fixas totais somadas à margem de lucro de R\$ 20.000,00, esperada pelo empreendedor. A Tabela 10 mostra o ponto de equilíbrio econômico, ou seja, o quanto a empresa precisa atingir em vendas para que seja possível cobrir todos seus custos e remunerar o empresário. Verifica-se que desde o primeiro ano, a empresa será capaz de atingir o PEE.

**Tabela 11 – Ponto de equilíbrio financeiro**

(continua)

<b>PEF=</b>	$\frac{\text{CDFT} - \text{CDNF}}{\text{MC \%}}$	<b>= Resultado PEF</b>
<b>Ano 01</b>	$\frac{88.102,67}{79\%}$	<b>111.535,92</b>

**Tabela 11** – Ponto de equilíbrio financeiro

(conclusão)

<b>Ano 02</b>	$\frac{90.823,91}{79\%}$	<b>114.980,95</b>
<b>Ano 03</b>	$\frac{93.626,79}{79\%}$	<b>118.529,33</b>
<b>Ano 04</b>	$\frac{96.513,76}{79\%}$	<b>122.184,17</b>
<b>Ano 05</b>	$\frac{99.487,34}{79\%}$	<b>125.948,65</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

Na Tabela 11 encontra-se o ponto de equilíbrio financeiro, cujo cálculo demonstra o nível de faturamento que a empresa precisa atingir para cumprir com suas obrigações financeiras. Portanto, neste estudo foi desconsiderada a despesa com depreciação, sendo considerados apenas os custos desembolsáveis para empresa. Os cálculos do ponto de equilíbrio contábil, econômico e financeiro também evidenciam a viabilidade do negócio.

## 5. Conclusão

Este estudo se propôs a analisar a viabilidade econômico-financeira da abertura de um *pet shop* que, no decorrer da pesquisa, veio a ser inaugurado em 02.01.2021, com o nome fantasia Agropet 4 patas, localizado no bairro Universitário em Bento Gonçalves/RS.

Com relação à análise desenvolvida, o negócio terá uma previsão de faturamento no primeiro ano de R\$ 165.063,74 com um investimento inicial de R\$ 100.000,00, sendo que R\$ 46.182,21 foi o total de investimento. O prazo para retorno do investimento será dois anos, onze meses e dezesseis dias. De acordo com a previsão de faturamento haverá um lucro líquido no primeiro ano de R\$ 42.281,88, representando uma lucratividade de 26,5% e com uma rentabilidade de 42,28%.

Considerando os orçamentos levantados e a análise de viabilidade através dos métodos desenvolvidos, pode-se concluir que, segundo a projeção de fluxos de caixa dos próximos cinco anos, trata-se de um bom investimento, uma vez que a Taxa Interna de Retorno encontrada foi de 27% ao ano. Os cálculos do ponto de equilíbrio contábil, econômico e financeiro demonstram que a empresa terá capacidade para cobrir todos os seus custos e despesas e ainda oferecer uma margem de lucro ao empreendedor.

Portanto, é fundamental para o empreendedor fazer um plano de negócio estruturado e com informações reais, abrangendo todos os aspectos internos e externos em relação ao novo empreendimento para que, com estes, se determine o resultado mais próximo possível da real situação. Por fim, conclui-se que este estudo atingiu seu objetivo inicialmente proposto, demonstrando que é viável o empreendimento.

Além disso, ficou evidente a importância de um planejamento financeiro e da análise de viabilidade antes de realizar novos projetos. Sendo assim, este estudo pode fornecer suporte para novas pesquisas acadêmicas ou empreendedores que desejam iniciar um novo negócio.

## Referências

ABINPET. **Mercado Pet Brasil 2019**. Disponível em: <[http://abinpet.org.br/wpcontent/uploads/2019/10/abinpet\\_folder\\_2019\\_draft5.pdf](http://abinpet.org.br/wpcontent/uploads/2019/10/abinpet_folder_2019_draft5.pdf)>. Acesso em: 07 de Out. 2020.

ABINPET. **Mercado Pet Brasil 2019**. Disponível em: <<http://abinpet.org.br/mercado/>>. Acesso em: 08 de Nov. 2020.

BIAGIO, Luiz Arnaldo; BATOCCHIO, Antonio. **Plano de Negócios: Estratégia para Micro e Pequenas Empresas**. 3. ed. São Paulo: Manole, 2018. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520452349/cfi/0!/4/2@100:0.00>>. Acesso em: 14 de Nov. de 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597028089/cfi/6/6!/4/2/4@0:43.8>>. Acesso em: 21 de Out. 2020.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**, 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

FILHO, Edelvino Razzolini. **Empreendedorismo: Dicas e Planos de Negócios para o Século XXI**. 1. ed. Paraná: Intersaberes, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020991/cfi/6/10!/4/2@0:0>>. Acesso em: 26 de Nov. 2020.

GITMAM, Lawrence J.; ZUTTER, Chad J.; **Princípios de administração financeira**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2017. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/151472/pdf/28>>. Acesso em: 20 de Nov. 2020.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil – 2019: Relatório Executivo**. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 17 de Out. 2020.

HASHIMOTO, Marcos; BORGES, Cândido. **Empreendedorismo: Plano de Negócio em 40 Lições**. 2. ed. São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440494/cfi/0!/4/2@100:0.00>>. Acesso em: 22 de Nov. 2020.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553338/cfi/0!/4/2@100:0.00>>.  
Acesso em: 18 de Out. 2020.

IBGE. **Pesquisa Nacional de Saúde 2019**. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101748.pdf>>. Acesso em: 19 de Set. 2020.

INSTITUTO PET BRASIL. **Censo Pet**: 139,3 milhões de animais de estimação no Brasil. Disponível em: <<http://institutopetbrasil.com/imprensa/censo-pet-1393-milhoes-de-animais-deestimacao-no-brasil/>>. Acesso em: 10 de Out. de 2020.

KURATKO, Donald F. **Empreendedorismo**: Teoria, Processo e Prática. 10. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522125715/cfi/0!/4/2@100:0.00>>. Acesso em: 17 de Out. de 2020.

MARIANO, Sandra; MAYER, Verônica Feder. **Empreendedorismo**: Fundamentos e Técnicas para Criatividade. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-1967-3/cfi/0!/4/2@100:0.00>>. Acesso em: 24 de Out. 2020.

MARTINS, Eliseu; DINIZ, Josediton Alves; MIRANDA, Gilberto José. **Análise Avançada das Demonstrações Contábeis**: Uma Abordagem Crítica. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2020. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597025941/cfi/6/10!/4/2/4@0:0>>. Acesso em 24 de Nov. 2020.

PIZZANI, ROSEMARY, Luciana, SILVA, SUZELEI, BELLO Cristina da Faria, PIUMBATO, Maria Cristina, HAYASHI, Innocentini. **A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento**. Campinas, 2012.

REVISTA EXAME. **Brasil poderá ter marco regulatório dos animais de estimação**. Disponível em: <<https://exame.com/brasil/brasil-podera-ter-marco-regulatorio-dos-animais-deestimacao/>>. Acesso em: 19 de Set. 2020.

RIBEIRO, Osni Moura. **Demonstrações Financeiras**: Mudanças na Lei das Sociedades por Ações: Como Era e Como Ficou. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2018. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547227708/cfi/0!/4/2@100:0.00>>. Acesso em: 22 de Nov. 2020.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao Empreendedorismo**: Despertando a Atitude Empreendedora. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595154414/cfi/6/2!/4/2/4@0:0.0993>>. Acesso em: 10 de Out. 2020.

SEBRAE. **Tudo o que você precisa saber para criar seu plano de negócio**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 17 de Out. 2020.

SEBRAE. **Relatório de Inteligência Dezembro/2018**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Anexos/Inovacao.pdf>>. Acesso em: 11 de Out. 2020.

SEBRAE. **Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo em 2020**. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/brasil-deve-atingir-marca-historica-deempreendedorismoem2020,d9c76d10f3e92710VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=D e%20acordo%20com%20o%20%20C3%BAltimo,manter%20um%20empreendimento%20j%20C3%A1%20estabelecido>>. Acesso em: 24 de Out. 2020.

SPC BRASIL. **Mercado de Consumo Pet Setembro 2017**. Disponível em: <[file:///C:/Users/Win10/Downloads/Analise\\_Mercado\\_Pet\\_Setembro\\_2017%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Win10/Downloads/Analise_Mercado_Pet_Setembro_2017%20(3).pdf)>. Acesso em: 07 de Nov. 2020.

VELHO, Adriana Galli; GIACOMELLI, Giancarlo. **Empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Sagah, 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595022492/cfi/0!/4/2@100:0.00>>. Acesso em: 17 de Out. 2020.

WILDAUER, Egon Walter. **Plano de Negócios: Elementos Constitutivos e Processos de Elaboração**. 1. ed. Paraná: Intersaberes, 2012.

## Anexo A: Fachada Loja



## Anexo B: Espaço Banho e tosa



## Anexo C: Investimento

(continua)

Investimentos					
Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor Total		
<b>Licenciamento</b>			<b>R\$</b>	<b>1.610,58</b>	
Detetização sala/limpeza caixa de água	1	R\$ 200,00	R\$	200,00	
Cadastro Responsável Técnico	1	R\$ 136,00	R\$	136,00	
PPCI/Bombeiros	1	R\$ 479,58	R\$	479,58	
Alvará Sanitário	1	R\$ 150,00	R\$	150,00	
Alvará de Funcionamento	1	R\$ 289,00	R\$	289,00	
Certificado Digital E-CPF A1	1	R\$ 139,00	R\$	139,00	
Certificado Digital E-CNPJ A1	1	R\$ 217,00	R\$	217,00	
<b>Infra Estrutura</b>			<b>R\$</b>	<b>21.998,19</b>	
Fachada Loja	1	R\$ 2.550,00	R\$	2.550,00	
Adesivos internos Logo Loja	1	R\$ 160,00	R\$	160,00	
Móveis para o pet (balcões, caixa e painel)	1	R\$ 5.000,00	R\$	5.000,00	
Máquina de secar	1	R\$ 8.500,00	R\$	8.500,00	
balcões (banho e tosa)	2	R\$ 450,00	R\$	450,00	
Divisórias ambiente interno (banho e tosa)	1	R\$ 1.220,00	R\$	1.220,00	
Extintor de Incêndio	2	R\$ 50,00	R\$	100,00	
Paletes invermizados	5	R\$ 16,00	R\$	80,00	
Pintura paredes	1	R\$ 796,90	R\$	796,90	
Paisagismo	1	R\$ 247,90	R\$	247,90	
Decoração	1	R\$ 107,80	R\$	107,80	
Vidro redondo e molduras (banho e tosa)	1	R\$ 330,00	R\$	330,00	
Placas de Segurança	1	R\$ 15,59	R\$	15,59	
Troca de segredos (chaves)	1	R\$ 230,00	R\$	230,00	
Instalação internet	1	R\$ 200,00	R\$	200,00	
Instalação elétrica e encanamento	1	R\$ 1.660,00	R\$	1.660,00	
Aquisição de Software para gestão	1	R\$ 350,00	R\$	350,00	
<b>Equipamentos</b>			<b>R\$</b>	<b>12.629,43</b>	
Banheira, mesa e canil (banho e tosa)	1	R\$ 2.265,00	R\$	2.265,00	
Computador	1	R\$ 1.000,00	R\$	1.000,00	
Roteador Wi-fi	1	R\$ 103,41	R\$	103,41	
Dispenser (ração a granel)	2	R\$ 2.350,00	R\$	4.700,00	
Impressora	1	R\$ 400,00	R\$	400,00	
Etiquetadora de preços	1	R\$ 63,60	R\$	63,60	
Secador e Soprador	1	R\$ 1.785,20	R\$	1.785,20	
Ducha higiênica elétrica (banho e tosa)	1	R\$ 195,42	R\$	195,42	
Máquina de tosa profissional	1	R\$ 1.435,00	R\$	1.435,00	
Balança eletrônica comercial	1	R\$ 287,00	R\$	287,00	
porta cédulas (gaveta do caixa)	1	R\$ 44,80	R\$	44,80	
Celular loja	1	R\$ 350,00	R\$	350,00	

## Anexo C: Investimento

(conclusão)

<b>Acessórios Banho e Tosa</b>				<b>R\$</b>	<b>4.121,96</b>
Kit tesouras para tosa	1	R\$	389,90	R\$	389,90
Kit toalhas mágicas	3	R\$	35,93	R\$	107,80
jogo de focinheiras	1	R\$	17,99	R\$	17,99
Adaptadores para máquina de tosa	1	R\$	205,00	R\$	205,00
Lâminas para máquina de tosa	4	R\$	239,33	R\$	957,32
Alicate de unha tamanho grande	1	R\$	30,85	R\$	30,85
Alicate de unha tamanho médio	1	R\$	22,86	R\$	22,86
Escova Furminator tamanho pequeno	1	R\$	76,33	R\$	76,33
Desembolador de pêlos	1	R\$	19,46	R\$	19,46
Solução limpa orelhas	1	R\$	21,16	R\$	21,16
Adesivos com glitter (100 unidades)	1	R\$	39,90	R\$	39,90
Rasqueadeira Curva Buble grande	1	R\$	49,00	R\$	49,00
Rasqueadeira Reta grande	1	R\$	29,00	R\$	29,00
Bandanas para pets (200 unidades)	1	R\$	192,00	R\$	192,00
Laços elásticos (50 unidades)	2	R\$	25,00	R\$	50,00
Adesivos em EVA com glitter (200 unidades)	1	R\$	35,39	R\$	35,39
Guias para tosa	3	R\$	30,00	R\$	90,00
Óleos conservadores para lâminas	3	R\$	40,00	R\$	120,00
Caixa porta lâminas	2	R\$	45,00	R\$	90,00
Caixa de transporte tamanho nº 4	1	R\$	110,00	R\$	110,00
shampoos, condicionadores e perfumes profissionais	1	R\$	1.468,00	R\$	1.468,00
<b>Equipamentos de proteção individual</b>				<b>R\$</b>	<b>281,88</b>
Luvas descartáveis (100 unidades)	1	R\$	109,98	R\$	109,98
Máscaras descartáveis (100 unidade)	1	R\$	60,00	R\$	60,00
Toucas descartáveis (100 unidades)	1	R\$	21,90	R\$	21,90
Pro pé descartável (50 unidades)	1	R\$	20,00	R\$	20,00
Jaleco de banho e tosa	2	R\$	35,00	R\$	70,00
<b>Materiais loja</b>				<b>R\$</b>	<b>288,49</b>
Calculadora	1	R\$	19,90	R\$	19,90
Tesoura	1	R\$	12,00	R\$	12,00
Tapete	1	R\$	19,99	R\$	19,99
Cartões loja (100 unidades)	1	R\$	60,00	R\$	60,00
Cartões fidelidade para clientes (100 unidades)	1	R\$	20,00	R\$	20,00
Sacolas plásticas (50 unidades)	1	R\$	40,00	R\$	40,00
Sacos plásticos (50 unidades)	1	R\$	36,60	R\$	36,60
Carimbos	2	R\$	25,00	R\$	50,00
Tinta para Carimbos	1	R\$	30,00	R\$	30,00
<b>Materias e utensilios de limpeza</b>				<b>R\$</b>	<b>251,68</b>
Vassoura	1	R\$	26,90	R\$	26,90
Baldes	2	R\$	30,00	R\$	60,00
Papel toalha e suporte	1	R\$	50,00	R\$	50,00
Sacos de Lixos 30 L	1	R\$	13,41	R\$	13,41
Água Sanitária 5 L	1	R\$	12,90	R\$	12,90
Pá plástica	1	R\$	8,90	R\$	8,90
Limpador de Vidros	1	R\$	5,39	R\$	5,39
Detergente 500 mL	2	R\$	2,19	R\$	4,38
Papel higiênico (12 unidades)	1	R\$	10,90	R\$	10,90
Espanador de Pó	1	R\$	23,90	R\$	23,90
Panos para Limpeza	5	R\$	7,00	R\$	35,00
<b>Estoque inicial</b>				<b>R\$</b>	<b>5.000,00</b>
Mercadorias para Revenda				R\$	5.000,00
<b>Investimentos totais</b>				<b>R\$</b>	<b>46.182,21</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

#### Anexo D: Cálculo da depreciação

Bens	Custo de aquisição	Período de depreciação (anos)	Depreciação anual: 10% a.a.	Depreciação mensal
Móveis e utensílios	R\$ 13.635,00	10	R\$ 1.363,50	R\$ 113,63
Máquinas e equipamentos	R\$ 11.720,20	10	R\$ 1.172,02	R\$ 97,67
		Período de depreciação (anos)	Depreciação anual: 20% a.a.	
Computador e periféricos	R\$ 1.400,00	5	R\$ 70,00	R\$ 5,83
<b>Totais</b>	<b>R\$ 37.290,40</b>	<b>-</b>	<b>R\$ 2.605,52</b>	<b>R\$ 217,13</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

#### Anexo E: Calculo Simples Nacional período 1

##### Anexo I - Comércio

Período	Faturamento total	RBT12	Simplex Nacional a pagar	Aliq final
Mês 1:	R\$ 2.000,09	R\$ 24.001,08	R\$ 52,80	2,64%
Mês 2:	R\$ 2.110,05	R\$ 12.000,54	R\$ 55,71	2,64%
Mês 3:	R\$ 3.105,35	R\$ 16.440,56	R\$ 81,98	2,64%
Mês 4:	R\$ 7.165,71	R\$ 21.646,47	R\$ 189,17	2,64%
Mês 5:	R\$ 9.800,00	R\$ 34.514,88	R\$ 258,72	2,64%
Mês 6:	R\$ 10.878,00	R\$ 48.362,40	R\$ 287,18	2,64%
Mês 7:	R\$ 12.074,58	R\$ 60.101,49	R\$ 318,77	2,64%
Mês 8:	R\$ 13.402,78	R\$ 70.700,67	R\$ 353,83	2,64%
Mês 9:	R\$ 14.877,09	R\$ 80.715,42	R\$ 392,76	2,64%
Mês 10:	R\$ 16.513,57	R\$ 90.496,38	R\$ 435,96	2,64%
Mês 11:	R\$ 18.330,06	R\$ 100.284,24	R\$ 483,91	2,64%
Mês 12:	R\$ 20.346,37	R\$ 110.257,29	R\$ 537,14	2,64%
<b>Totais</b>	<b>R\$ 130.603,66</b>	<b>-</b>	<b>R\$ 3.447,94</b>	<b>-</b>

##### Anexo III - Serviço

Período	Faturamento total	RBT12	Simplex Nacional a pagar	Aliq final
Mês 1:	R\$ 2.110,00	R\$ 25.320,00	R\$ 126,60	6,00%
Mês 2:	R\$ 2.260,00	R\$ 12.660,00	R\$ 135,60	6,00%
Mês 3:	R\$ 1.636,25	R\$ 17.480,00	R\$ 98,18	6,00%
Mês 4:	R\$ 1.881,35	R\$ 18.018,75	R\$ 112,88	6,00%
Mês 5:	R\$ 2.240,62	R\$ 18.930,24	R\$ 134,44	6,00%
Mês 6:	R\$ 2.487,09	R\$ 20.256,44	R\$ 149,23	6,00%
Mês 7:	R\$ 2.760,67	R\$ 21.626,24	R\$ 165,64	6,00%
Mês 8:	R\$ 3.064,34	R\$ 23.063,96	R\$ 183,86	6,00%
Mês 9:	R\$ 3.401,42	R\$ 24.587,09	R\$ 204,09	6,00%
Mês 10:	R\$ 3.775,58	R\$ 26.210,08	R\$ 226,53	6,00%
Mês 11:	R\$ 4.190,89	R\$ 27.946,16	R\$ 251,45	6,00%
Mês 12:	R\$ 4.651,89	R\$ 29.808,20	R\$ 279,11	6,00%
<b>Totais</b>	<b>R\$ 34.460,09</b>	<b>-</b>	<b>R\$ 2.067,61</b>	<b>-</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

## Anexo F: Fluxo de Caixa Anual

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
<b>Entradas</b>					
Investimento Inicial (Capital Próprio)	R\$ 100.000,00				
Recebimentos de Vendas	R\$ 130.603,66	R\$ 134.521,77	R\$ 138.557,42	R\$ 142.714,14	R\$ 146.995,57
Prestação de serviço	R\$ 34.460,09	R\$ 35.493,89	R\$ 36.558,70	R\$ 37.655,47	R\$ 38.785,13
<b>Total de Entradas</b>	<b>R\$ 265.063,74</b>	<b>R\$ 170.015,65</b>	<b>R\$ 175.116,12</b>	<b>R\$ 180.369,61</b>	<b>R\$ 185.780,70</b>
<b>Saídas</b>					
Impostos	R\$ 5.515,54	R\$ 5.681,01	R\$ 5.851,44	R\$ 6.026,98	R\$ 6.207,79
Fornecedores	R\$ 52.205,96	R\$ 53.772,14	R\$ 55.385,30	R\$ 57.046,86	R\$ 58.758,27
Salários e encargos	R\$ 23.219,95	R\$ 23.916,54	R\$ 24.634,04	R\$ 25.373,06	R\$ 26.134,25
Despesas de marketing e propaganda	R\$ 1.200,00	R\$ 1.236,00	R\$ 1.273,08	R\$ 1.311,27	R\$ 1.350,61
Despesas administrativas	R\$ 61.606,68	R\$ 63.454,88	R\$ 65.358,53	R\$ 67.319,28	R\$ 69.338,86
Investimento Inicial (físico/imobilizado)	R\$ 46.182,21	-	-	-	-
<b>Total de saídas</b>	<b>R\$ 189.930,34</b>	<b>R\$ 148.060,57</b>	<b>R\$ 152.502,39</b>	<b>R\$ 157.077,46</b>	<b>R\$ 161.789,78</b>
<b>Saldo de Caixa</b>	<b>R\$ 75.133,40</b>	<b>R\$ 21.955,08</b>	<b>R\$ 22.613,73</b>	<b>R\$ 23.292,15</b>	<b>R\$ 23.990,91</b>
<b>Fluxo de Caixa Acumulado</b>	<b>R\$ 75.133,40</b>	<b>R\$ 97.088,49</b>	<b>R\$ 119.702,22</b>	<b>R\$ 142.994,37</b>	<b>R\$ 166.985,28</b>
<b>Despesas não desembolsáveis</b>					
Depreciação	R\$ 2.605,52				
<b>Total despesas não desembolsáveis</b>	<b>R\$ 2.605,52</b>				
<b>Fluxo de Caixa acum. c/ desp. Não desembolsáveis</b>	<b>R\$ 72.527,88</b>	<b>R\$ 94.482,97</b>	<b>R\$ 117.096,70</b>	<b>R\$ 140.388,85</b>	<b>R\$ 164.379,76</b>

Fonte: Elaborado pela autora.

## Anexo G: Calculo VPL e Payback

Período (Ano)	Fluxo de Caixa	Valor Presente	VP Acumulado	Payback
0	-R\$ 100.000,00	-R\$ 100.000,00	-R\$ 100.000,00	
1	R\$ 75.133,40	R\$ 67.083,40	-R\$ 32.916,60	
2	R\$ 21.955,08	R\$ 17.502,46	-R\$ 15.414,15	2,96
3	R\$ 22.613,73	R\$ 16.096,01	R\$ 681,86	
4	R\$ 23.292,15	R\$ 14.802,58	R\$ 15.484,44	
5	R\$ 23.990,91	R\$ 13.613,09	R\$ 29.097,53	
		<b>VPL R\$ 29.097,53</b>		

Fonte: Elaborado pela autora.