



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E
AGRÁRIAS CURSO DE BACHARELADO EM
ADMINISTRAÇÃO**

LUCAS SILVA LOPES

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA O PETSHOP MUNDO ANIMAL LOCALIZADO NA
CIDADE DE SOLÂNEA/PB.**

**Bananeiras-PB
2026**

LUCAS SILVA LOPES

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA O PETSHOP MUNDO ANIMAL LOCALIZADO NA
CIDADE DE SOLÂNEA/PB.**

Plano de negócio apresentado à coordenação
curso de administração, da Universidade
Federal da Paraíba, em atendimento às
exigências para obtenção do título de Bacharel
em administração.

Prof. Dr Francivaldo dos Santos Nascimento

Catlogação na publicação Seção de Catlogação e Classificação

L864pp Lopes, Lucas Silva.

PLANO DE NEGÓCIOS PARA O PETSHOP MUNDO ANIMAL
LOCALIZADO NA CIDADE DE SOLÂNEA/PB / Lucas Silva Lopes.
- Bananeiras, 2026.

42 f. : il.

Orientação: Francivaldo dos Santos Nascimento. TCC (Graduação)
- UFPB/CCHSA.

1. Pano de Negócios. 2. Petshop. 3. Análise de Mercado. I. Nascimento,
Francivaldo dos Santos. II. Título.

UFPB/CCHSA-

CDU 658 (042)

LUCAS SILVA LOPES

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA O PETSHOP MUNDO ANIMAL LOCALIZADO NA
CIDADE DE SOLÂNEA/PB.**

Trabalho apresentado à banca
examinadora como requisito parcial para
a Conclusão de Curso do Bacharelado
em Administração.

Data de aprovação: 10.04.2026

Documento assinado digitalmente
 **FRANCIVALDO DOS SANTOS NASCIMENTO**
Data: 14/04/2026 07:25:15-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Francivaldo dos Santos Nascimento Orientador

Documento assinado digitalmente
 **MURILO GABRIEL DA COSTA SILVA**
Data: 13/04/2026 11:03:05-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Murilo Gabriel da Costa Silva Examinador

Bananeiras - PB 2026

SUMÁRIO

1. Sumário executivo	9
2. Conceito do negócio	12
2.1.1. Missão.....	12
2.1.2. Visão.....	12
2.1.3. Valores.....	12
2.1.4. Localização	13
3. Mercado e competidores	13
4. Mercado alvo.....	14
5. Análise da concorrência	15
6. Equipe de gestão	17
7. Produtos e serviços	17
8. Estrutura e operações.....	18
9. Estrutura organizacional	19
10. Marketing e vendas	20
10.1.1. Posicionamento.....	20
10.1.2. Preço	20
10.1.3. Praça	21
10.1.4. Propaganda/Comunicação	21
10.1.5. E-commerce.....	22
11. Pesquisa de mercado, análise e resultados	22
12. Estratégia de crescimento	30
13. Finanças.....	31
14. Conclusão	38

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Logotipo.....	13
Figura 2- Crescimento mercado pet após pandemia.....	14
Figura 3 - Layout da Loja.....	19
Figura 4 - Organograma	20

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Gênero	22
Gráfico 2- Cidade onde reside	23
Gráfico 3- Faixa Etária	24
Gráfico 4- Nível de escolaridade	24
Gráfico 5- Renda mensal	25
Gráfico 6- Tipos de Animais	25
Gráfico 7- Gastos Mensais	26
Gráfico 8- Locais de compras de Produtos.....	26
Gráfico 9- Tipos de Produtos mais consumidos	27
Gráfico 10- Frequência de compras.....	27
Gráfico 11- Fator de escolha do petshop	28
Gráfico 12- Utilização dos serviços de banho e tosa.....	28
Gráfico 13- Utilização dos serviços veterinários no petshop	29
Gráfico 14- Diferencial para a escolha de um novo petshop.....	29

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Principais serviços oferecidos	21
Tabela 2- investimento inicial	31
Tabela 3- Fontes de Investimento Inicial	32
Tabela 4- Despesas Fixas e Anuais	32
Tabela 5- Despesas variáveis mensais.....	33
Tabela 6- Previsão receita mensal cenário realista.....	33
Tabela 7- Previsão receita Mensal cenário otimista.....	34
Tabela 8- Previsão Receita Mensal Cenário pessimista.....	34
Tabela 9- Projeção financeira de 5 anos cenário realista.....	35
Tabela 10- Projeção financeira de 5 anos cenário otimista	35
Tabela 11- Comparativo entre os cenários	36
Tabela 12- Ponto de Equilíbrio sem pró-labore.....	36
Tabela 13- Ponto de Equilíbrio com pró-labore	37

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Análise dos concorrentes.....	15
---	----

Palavras-Chave: Plano de Negócios; Petshop; Análise de Mercado; Mercado Pet;

Resumo

Nos últimos anos, o mercado voltado aos animais de estimação tem apresentado crescimento significativo, impulsionado pela valorização dos cuidados com a saúde e bem-estar dos pets. Nesse contexto, este plano de negócio tem como objetivo analisar a viabilidade da criação de um petshop denominado Mundo Animal, na cidade de Solânea-PB. O empreendimento atuará no setor de comércio e serviços, com ênfase no segmento do mercado pet, a proposta prevê a implantação de um negócio inovador para a cidade, oferecendo produtos e serviços especializados, como alimentação, higiene, estética animal e acessórios, em ambiente acolhedor e de confiança para os clientes e seus animais. O pet shop será estruturado para atender as necessidades dos animais de estimação de forma completa, promovendo saúde, bem-estar, e comodidade aos tutores. Seu foco principal será a qualidade no atendimento, a variedade de produtos e a prestação de serviços, atendendo a diferentes perfis de clientes. A missão do negócio é fornecer serviços e produtos de alta qualidade que promovam o bem-estar, saúde, e a felicidade dos animais de estimação, criando uma experiência acolhedora para nossos clientes e seus pets.

1. Sumário executivo

Mundo Animal é um pet shop que combina serviços básicos e serviços especiais para proporcionar uma experiência completa e personalizada para pets e seus donos. Nosso objetivo é criar um ambiente acolhedor onde cada pet seja tratado com o máximo de carinho e atenção, onde os donos possam encontrar todos os recursos necessários para o bem-estar dos seus bichinhos de estimação. O petshop será constituído como uma microempresa, oferecendo a comercialização de itens essenciais, como rações, acessórios e produtos de higiene, atendendo às necessidades básicas de cães, gatos e outros animais de estimação.

Além da área de vendas, o negócio contará com serviços de banho e tosa, proporcionando cuidados estéticos e de higiene realizados por profissionais qualificados. Como diferencial competitivo o petshop terá atendimento veterinário, ampliando o suporte dos animais e agregando valor ao serviço prestados. Outro diferencial será oferecer produtos orgânicos e naturais para os pets. O foco é oferecer um atendimento de qualidade, com foco no cuidado integral dos pets, reunindo em um único espaço conveniência, confiança e bem-estar para os clientes e seus animais de estimação.

Os principais competidores no mercado são petshops menores localizados na cidade, nesse caso Solânea e em cidades circunvizinhas como Bananeiras e Arara. Como também lojas online, mas há espaço para o negócio voltado para o nicho, como é o caso da Mundo Animal.

O negócio possui dois sócios com 50% de participação na empresa. Tratam-se de um empresário e um médico veterinário, ambos com o conhecimento necessário para o início do negócio. Além dos sócios, Dois funcionários irão compor a equipe, um banhista/tosador e um atendente. No primeiro ano de empresa o objetivo é atrair o máximo de clientes da própria cidade de Solânea, buscando crescer também por meio das redes sociais, conseguindo assim crescer na região, oferecendo desde produtos e serviços comuns até produtos e serviços especiais, em busca de atender a diferentes tipos de clientes, o estabelecimento será localizado na cidade de Solânea, oferecendo uma estrutura e gestão personalizada para o ambiente.

A estratégia de marketing será baseada em aumentar a fidelização dos clientes e atrair novos consumidores, tendo assim um resultado positivo no faturamento da empresa. A empresa oferece serviços personalizados para os diferentes tipos de pets domésticos. A divulgação da empresa através das mídias sociais também será uma estratégia abordada, através de redes sociais e do site da empresa. O investimento estimado para começar o negócio é de R\$ 110.800,00.

2. Conceito do negócio

Mundo animal será uma empresa do ramo pet shop, dedicada a oferecer produtos e serviços para pets, com foco em bem-estar, nutrição e diversão. O mundo animal irá se destacar por ser mais que um simples lugar de compra, pois, será um espaço onde os animais serão tratados de forma especial, e também será um lugar onde os donos desses animais encontrarão produtos e serviços de ótima qualidade.

O mundo animal deseja se tornar referência no mercado pet na região da cidade de Solânea e cidades circunvizinhas como Arara e Bananeiras, para promover esse reconhecimento a empresa além de oferecer serviços e produtos com uma ótima qualidade, a empresa também pretende fazer parcerias com ONGS como o Gaas Solânea e o PetBans, que são organizações publicas voltadas para a o cuidado de animais em situações de rua.

2.1.1. Missão

Nossa missão é fornecer serviços e produtos de alta qualidade que promovam o bem-estar, a saúde e a felicidade dos animais de estimação, criando uma experiência acolhedora e de confiança para nossos clientes e seus pets.

2.1.2. Visão

Como visão, buscamos ser reconhecidos como o petshop referência na cidade de Solânea pela excelência no atendimento, o respeito ao bem-estar animal, e a inovação em produtos, trazendo uma linha de produtos naturais e orgânicos como rações, produtos de higiene e cuidados dentre outros, e principalmente respeito ao bem-estar animal, nos tornando assim a primeira escolha para quem busca cuidado, amor e profissionalismo para seus pets.

2.1.3. Valores

Temos valores como amor e respeito aos animais, tratamos todos os animais com carinho respeito e responsabilidade. Excelência em atendimento, buscando sempre entender as necessidades dos nossos clientes e oferecer soluções priorizando qualidade e satisfação. Ética e transparência, trabalhamos com honestidade e clareza, valorizando a confiança depositada na nossa empresa. E por fim a sustentabilidade e responsabilidade, comprometemo-nos com práticas sustentáveis e responsáveis, contribuindo para o bem-estar do meio ambiente.

2.1.4. Localização

A empresa se encontrará localizada na cidade de Solânea - PB na Av. GOV. João Fernandes de Lima, no centro da cidade, e possui dois sócios, um medico veterinario e um administrador

Figura 1- Logotipo



Fonte: Imagem gerada por IA

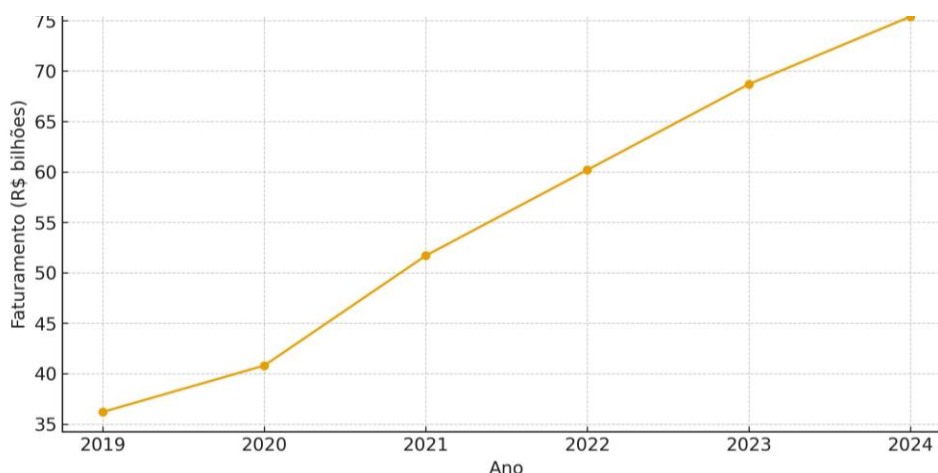
3. Mercado e competidores

Segundo a Associação Brasileira da indústria de produtos para animais de estimação (ABINPET), estima-se que existam um total de 167,6 milhões de pets no brasil, sendo 67,8 milhões de cães e 33,6 milhões de gatos. O segmento pet tem tudo para estar sempre em funcionamento e evolução, visto que possui um público fiel em constante crescimento, 56% dos domicílios têm pelo menos um cão ou um gato, dados apontados por uma pesquisa realizada pela comissão de animais de companhia (COMAC) em 2022. Diante desse cenário investir nesse ramo é uma oportunidade, pois é um ramo que vem crescendo bastante nos últimos anos.

Segundo dados do Sistema Brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas (Sebrae) paraná, em 2023, foram contabilizados cerca de 38.774mil novos CNPJ 's em atividades veterinárias, comércio varejista de animais, medicamentos veterinários, pet food e acessórios, e serviços de hospedagem e embelezamento, e atualmente, são mais de 285 mil empresas voltadas para o mercado de pet no Brasil. Ao contrário da queda que ocorreu nos outros setores durante a pandemia, as empresas de cuidados animais domésticos estavam em constante crescimento e ampliação de seu mercado, isso porque muitas pessoas adotaram ou compraram pets para ter uma companhia durante o período de isolamento. Além disso, havia

uma maior convivência com os pets durante a quarentena, o que estreitou esses laços e fez com que os tutores olhassem com mais carinho para seus bichinhos. A (Figura 2) mostra a seguir graficamente esse crescimento.

Figura 2- Crescimento mercado pet pós pandemia



Fonte: Elaborado a partir de dados da ABINPET (2026)

Com o passar dos anos pode-se observar o crescimento do mercado pet ao longo dos anos. E com essa tendência de estreitamento dos laços, os cuidados com os bichinhos se tornam cada vez mais almeçados pelos donos, fazendo com que os serviços e espaços para os pets tenham que se adequar cada vez mais a essa necessidade.

4. Mercado alvo

O mercado pet shop é bem amplo e tem crescido bastante nos últimos anos. A classe média brasileira tem aumentado e as pessoas estão vendo seus animais de estimação como membros da família. E devido a isso, estão gastando mais com eles em produtos de qualidade e serviços especializados.

O setor de animais de estimação teve um crescimento significativo nos últimos anos, proporcionando assim, o aumento potencial de itens de petshop, E com isso existem diversos tipos de segmentos de público alvo.

O mundo animal buscará atingir o público de pessoas que possuem animais de estimação de pequeno e médio porte, desde recém nascidos, até animais mais idosos. Nos últimos anos, os gastos com animais de estimação vêm crescendo a cada dia que se passa. Segundo o (IBGE) a população atual da cidade de Solânea está estimada em 27.748

habitantes, da cidade de Bananeiras está estimada em 24.134 habitantes, e estatisticamente 1,8 animal de estimação por residência no Brasil, ou seja, com esse grande número de habitantes em ambas as cidades há uma grande possibilidade de existir um número significativo de pets por residência pets esses que se tornaram integrantes dos nossos lares e requerem produtos de qualidade, e isso provoca o aumento na busca por produtos saudáveis e orgânicos, por serviços de qualidade e confiáveis. E pensando nisso nosso petshop buscará oferecer os melhores serviços e produtos para esse público e seus animais de estimação.

5. Análise da concorrência

Ao analisar a concorrência de pet shops na cidade de Solânea, e na cidade vizinha nesse caso bananeiras, é encontrado uma média de 6 concorrentes, sendo 5 petshops com serviços de banho, tosa e vendas de produtos de alimentação e cuidados, e 1 concorrente sendo uma farmácia veterinária, que nesse caso é um concorrente forte do nosso petshop, pois, é um ambiente onde é oferecido o atendimento veterinário aos animais e também é onde se vende produtos de alimentação e cuidados para pets. É uma boa quantidade de competidores, mas com poucas vantagens e variedades comparadas a o que o mundo animal buscará oferecer. Vale ressaltar que esses são petshops que aparecem também através de pesquisa na internet, são concorrentes que possuem presença nas redes sociais principalmente no Instagram onde é realizada as divulgações através de postagens e vídeos curtos.

Mesmo com todo o crescimento na adoção de animais de estimação alguns dos nossos concorrentes não buscaram expandir seu negócio nem a variedade de produtos e serviços oferecidos, e isso nos trás uma grande oportunidade de trazer novidade nesse nicho para conseguir fazer com que nosso negócio seja reconhecido na região, principalmente pela qualidade dos serviços, como também pela qualidade e variedade dos produtos oferecidos. O quadro comparativo a seguir mostrará uma análise dos principais concorrentes do mundo animal:

Quadro 1- Análise dos concorrentes

Critério	Pet shop 1	Pet shop 2	Pet shop 3	Pet shop 4
Nome	Estimação Pet shop	Pet center	MB rações e variedades	Casa do criador
Localização	Solânea; Rua Getúlio vargas nº185	Solânea; Rua Alfredo Bandeira nº 254	Solânea; Rua Ceará	Solânea; Av. Gov. João Fernandes de lima
Preço médio de serviços e produtos	Valores apartir de: 50,00 reais	Produtos a partir de: 10,00 reais	Valores apartir de: 50,00 reais	Em serviços a partir de 100,00 reais e

				produtos a partir de 16,00 reais
Serviços e produtos oferecidos	Banho e tosa (Com agendamento); rações e acessórios	Rações, acessórios, brinquedos, coleiras e etc	Banho, Rações, vitaminas e acessórios	Consultas veterinárias, rações, medicamentos e acessórios
Qualidade do atendimento	Avaliação: bom	Avaliação: muito bom	Avaliação: Bom	Avaliação Muito bom
Horário de funcionamento	Terça à sábado 9h às 12h / 14h às 18h	Segunda à sábado 8h às 12h / 14h às 17h	Segunda à sexta 7h às 18h Sábado 6:30h às 16h	Segunda à sexta 7h às 18h Sábado 7h às 17:30h
Avaliações dos clientes online	4,0	5,0	4,7	4,6
Diferenciais	Não possui	Entrega rápida	Banho a domicílio	Oferece atendimento veterinário.
Pontos fortes	O agendamento, pois, evita grandes esperas e organiza melhor a rotina da equipe, atendimento personalizado e focado na experiência do cliente	Bem localizado, e possui variedade de produtos podendo atingir diferentes tipos de clientes, possibilidade de promoções e combos para aumentar as vendas.	A combinação de serviços e produtos	Venda de medicamentos, serviço de saúde
Pontos fracos	Oferta limitada de produtos e serviços	Ausência de serviços como banho e tosa.	Pode ter custos operacionais mais altos que um pet shop focado apenas em produtos ou serviços.	Menor foco em serviços como banho e tosa, que também atraem clientes recorrentes.

Fonte: Elaboração Própria (2026)

Percebe-se que os concorrentes do mundo animal são empresas que oferecem ótimas qualidades em serviços e em atendimento ao público, podemos perceber isso de acordo com as avaliações dos clientes. Mas o mundo animal vem com uma grande intenção de se tornar um forte concorrente para esses petshops, como também para a farmácia veterinária. Para que isso aconteça, buscamos trazer uma variedade de produtos e acessórios, como também o serviço de leva e trás do bichinho de estimação, para poder atender da melhor forma nossos clientes. E pensando no bem estar dos nossos clientes oferecemos o sistema de leva e trás de seus bichinhos, onde pegamos e deixamos eles em casa.

Um de nossos diferenciais será com foco na saúde e bem estar dos animais, oferecendo produtos naturais, orgânicos e sustentáveis como: brinquedos biodegradáveis, rações naturais e embalagens recicláveis. Teremos também o serviço online e de delivery para o público que busca praticidade ao comprar produtos para os seus pets, buscando oferecer soluções que atendam as necessidades e os hábitos de compra dos nossos clientes.

6. Equipe de gestão

Inicialmente a equipe de gestão contará com dois sócios fundadores da empresa, um empresário e um médico veterinário especializado em saúde animal. Juntos, eles idealizaram uma microempresa dedicada ao bem-estar e ao cuidado de pets, oferecendo uma vasta gama de produtos juntamente a serviços de alta qualidade, desde atendimento veterinário e estético até uma linha completa de alimentos e acessórios.

Para a correta operação e para o sucesso da empresa o mundo animal irá contar com uma equipe de quatro funcionários qualificada e cargos essenciais que irão proporcionar um atendimento completo e eficiente para os clientes. Inicialmente a equipe será formada pelos dois sócios fundadores e mais duas pessoas formando assim uma equipe de quatro pessoas. A seguir apresentaremos uma breve descrição de cada um, bem como do perfil desejado.

O sócio 1 será o Profissional responsável pela parte administrativa do negócio como o controle de contas, compras e gestão de sistema. Além disso, ficará encarregado da organização e controle de estoque.

O sócio 2 atuará como o veterinário principal da empresa, realizará consultas, diagnósticos, procedimentos de rotina e emergências, junto a isso desenvolverá protocolos de atendimento e higiene, garantindo a saúde e segurança dos animais que serão atendidos.

Funcionário 1 profissional responsável pelos serviços de banho, tosa e estética dos pets. Esse é um cargo essencial para oferecer um serviço completo e de qualidade, garantindo conforto e segurança dos animais durante os procedimentos e deixando-os sempre bem cuidados e saudáveis.

Funcionário 2, profissional responsável por receber os clientes e pets, agendar serviços e prestar informações sobre os serviços e produtos oferecidos, assim como também orientar os tutores dos animais.

7. Produtos e serviços

O mundo animal irá disponibilizar rações e petiscos para pets de diversas idades, desde filhotes a pets mais idosos, para cães e gatos de diferentes raças, como também disponibilizará uma linha de rações e petiscos orgânicos sem conservantes artificiais, corantes e aditivos químicos, feitos com ingredientes frescos e de alta qualidade. Esses serão produtos ideais para tutores que buscam oferecer uma alimentação saudável para seus pets.

A linha de produtos de higiene e cuidado contará com shampoos, condicionadores e perfumes feitos com ingredientes biodegradáveis e não tóxicos, sem testes em animais. Esses

produtos contribuíram para manter a pele e os pelos dos pets saudáveis e livres de substâncias químicas agressivas.

Nosso petshop também oferecerá coleiras, camas, brinquedos e acessórios feitos com materiais recicláveis ou biodegradáveis, promovendo uma consciência ambiental.

Em serviços de banho e tosa serão utilizados produtos orgânicos e sem substâncias químicas agressivas, garantindo o cuidado e a saúde da pele dos animais. Também será oferecido consultas veterinárias tradicionais, e além desses atendimentos tradicionais o mundo animal também oferecerá consultas com foco em nutrição para os animais, essas consultas orientam os tutores sobre uma dieta equilibrada e sobre os melhores produtos naturais disponíveis no mercado.

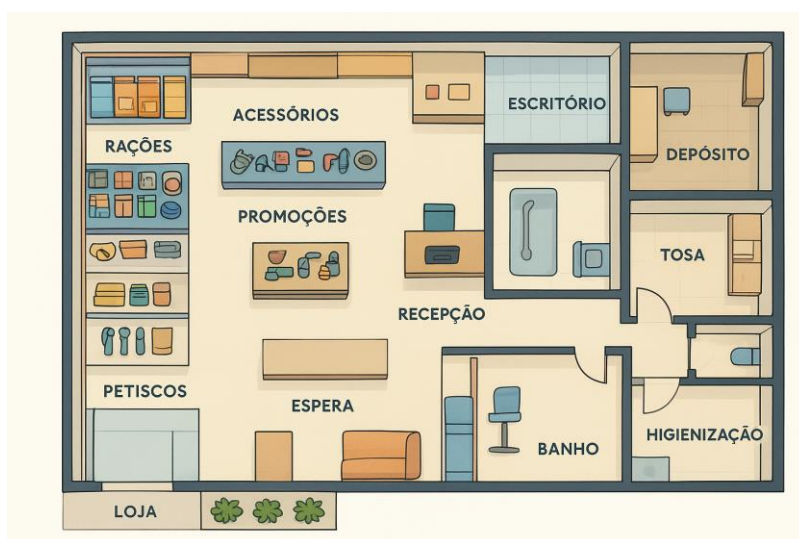
8. Estrutura e operações

Para o mundo animal, tanto o ambiente físico quanto as operações devem ser organizadas para garantir uma experiência positiva tanto para os pets quanto para os tutores. A empresa funcionará a partir de um ambiente específico com mais de 60m² em Solânea, que contempla toda a infra-estrutura necessária para funcionar (telefonia, internet, computadores etc.), bem com todas as regulamentações e obrigações legais. Partindo da recepção é um ambiente acolhedor, com cores suaves, cadeiras e sofás confortáveis para os tutores. Bebedouros e uma área com brinquedos para os pets. De forma geral teremos um ambiente preparado e adequado para os cuidados dos pets, desde a recepção até a parte de cuidados estéticos dos pets, com toda uma estrutura planejada e organizada.

Em relação a processos para o petshop, é necessário definir processos para atendimento ao cliente, agendamento e gestão dos serviços que serão oferecido para a organização operacional do petshop, inclui, serviços de banho e tosa, consultas veterinárias e gestão de estoque. O tempo médio de atendimento constitui um fator estratégico para a organização operacional do petshop, influenciando diretamente a produtividade e a satisfação dos clientes. O processo de atendimento inicia-se com a recepção do cliente, com duração média de 5 a 10 minutos. Os serviços de higiene, como banho, variam entre 30 e 90 minutos, de acordo com o porte do animal, enquanto a tosa pode acrescentar de 30 a 60 minutos ao atendimento. Serviços complementares como corte de unhas e limpeza de ouvidos, demandam aproximadamente 10 a 15 minutos adicionais. Dessa forma, o atendimento por animal pode variar entre 40 minutos a 1 hora e 30 minutos, sendo que os serviços demandados, como banho e tosa, apresentam duração média de 1 hora a 1 hora e meia.

A eficiência operacional é essencial para o bom funcionamento do petshop, e para isso contaremos com profissionais capacitados e com bom conhecimento sobre os produtos e serviços, pois o atendimento precisa ser ágil, simpático e empático para criar uma experiência positiva para o tutor e para o animal, é necessário um sistema de agendamento eficaz para evitar filas e aglomerações, especialmente para os serviços oferecidos. Como também é fundamental manter os ambientes limpos, seguindo protocolos de desinfecção e segurança para prevenir doenças e garantir a saúde dos animais. Investir em uma estrutura acolhedora e em operações bem geridas contribui para a fidelização dos clientes e cria um ambiente onde os animais e seus tutores se sentem cuidados e valorizados.

Figura 3 - Layout da Loja

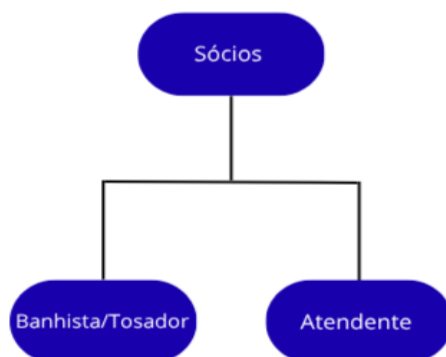


Fonte: Imagem gerada por IA

Esse layout foi pensado para integrar loja de produtos e serviços de banho e tosa e atendimento aos pets, garantindo um fluxo prático e organizado tanto para clientes quanto para funcionários.

9. Estrutura organizacional

A estrutura organizacional do petshop foi desenvolvida de forma enxuta e funcional buscando otimizar os processos internos e garantir eficiência nas operações. O organograma abaixo representa a estrutura organizacional do petshop mundo animal:

Figura 4 - Organograma

Fonte: Elaboração própria (2026)

O organograma reflete a simplicidade e praticidade comum em micro empresas, onde as funções são bem definidas, mas a estrutura permanece enxuta e eficientes. No nível estratégico, encontra-se os dois sócios investidores, responsáveis pela administração geral do empreendimento, pela gestão financeira e pela definição das principais diretrizes e metas do negócio, e no nível operacional estão os funcionários que também garantem o funcionamento da empresa.

10. Marketing e vendas

A estratégia de marketing do mundo animal tem como objetivo permitir o crescimento do negócio tanto presencialmente como também online.

10.1.1. Posicionamento

O mundo animal busca oferecer o mais completo serviço e variedades de produtos, buscamos nos tornar referência na cidade em relação a cuidados naturais e sustentáveis para os pets, focaremos em produtos ecológicos, como rações naturais, acessórios biodegradáveis dentre outros.

10.1.2. Preço

Oferecemos produtos de diferentes faixas de preço para atender tanto clientes que buscam produtos econômicos quanto aqueles que preferem premium. Também ofereceremos pacotes promocionais para os serviços como combo de banho e tosa e descontos em compras para fidelizar clientes.

Tabela 1- Principais serviços oferecidos

Serviços	Pequeno porte até 30cm	Médio Porte até 50cm	Grande Porte até 70cm
Banho	R\$ 50,00	R\$ 70,00	R\$ 90,00
Tosa Completa	R\$ 70,00	R\$ 90,00	R\$ 120,00
Banho + Tosa	R\$ 90,00	R\$ 120,00	R\$ 150,00
Higienização simples (ouvidos, unhas, dentes)	R\$ 40,00	R\$ 50,00	R\$ 60,00
Consulta com veterinário	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00

Fonte: Elaboração Própria (2026)

Esses são os principais serviços que estarão disponíveis no petshop, com uma diferenciação de valor para banho e tosa por porte de cada animal, desde animais de pequeno porte como para animais de grande porte.

10.1.3. Praça

A localização da loja física será estratégica em uma área de fácil acesso em uma das ruas principais da cidade. Investiremos em uma plataforma de e-commerce para facilitar o acesso aos produtos, oferecendo também entrega rápida e opções de compra online com retirada na loja, que estará localizada na cidade de Solânea - PB na Av. GOV. João Fernandes de Lima, no centro da cidade.

10.1.4. Propaganda/Comunicação

Os meios de divulgação do mundo animal será basicamente a publicidade online, é um canal de divulgação onde investiremos fortemente principalmente através das redes sociais, como whatsapp, Instagram, e google ads. Justamente por grande parte dos donos de animais de estimação estão conectados às redes sociais, e buscar uma forma de captar essas pessoas é algo essencial para a divulgação do nosso negócio.

O orçamento de marketing mensal da empresa está baseado em uma média de 2 mil reais, inicialmente estima-se que passe um pouco desse valor, mas para meses futuros o valor esperado é esse, com maior investimento para a publicidade online.

10.1.5. E-commerce

O Mundo Animal ofertará a venda de produtos online para que possamos também atingir o público que prefere a compra de produtos online, sem a necessidade de sair de casa. E para isso estaremos com nosso site preparado para oferecer os melhores e mais variados produtos para nossos clientes, buscando nos fidelizar ainda mais com os nossos clientes. O site também irá contar com informações sobre a nossa empresa e sobre os nossos serviços.

11. Pesquisa de mercado, análise e resultados

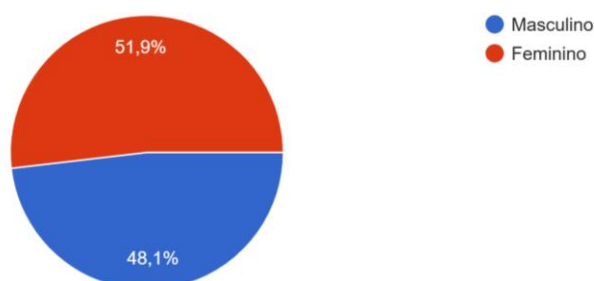
No período de 15 de agosto ao dia 20 de setembro do mesmo ano, foi aplicado um questionário com o objetivo de compreender o perfil e o comportamento dos clientes, identificando suas preferências e escolhas em relação a produtos e serviços para seu pet, esta pesquisa irá permitir a criação de estratégias eficazes para atrair e fidelizar os clientes, além disso contribuirá na formulação de estratégias precisas de marketing.

A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa sendo realizada por meio de questionário estruturados aplicado na forma digital, via Google Forms. Ao final foi obtido o número de 54 respostas ao questionário, onde todos esses dados obtidos foram úteis para uma análise em conjunto. Essa metodologia de pesquisa permitiu obtenção de dados numéricos, possibilitando análise estatísticas do mercado na região onde a empresa ficará localizada.

Por meio da análise de dados a pesquisa permite uma visão mais completa e precisa do ambiente no qual o negócio irá operar. Para o mundo animal todas as informações são importantes para conhecer o mercado e os tipos de clientes da região, podendo assim ter o preparo adequando atendê-los e atingir as expectativas desejada, tanto do negócio quanto dos clientes, então compreender todos esses dados é o primeiro passo para a criação de estratégias que não apenas atraiam consumidores, mas também promovam sua fidelização a longo prazo.

Gráfico 1- Gênero

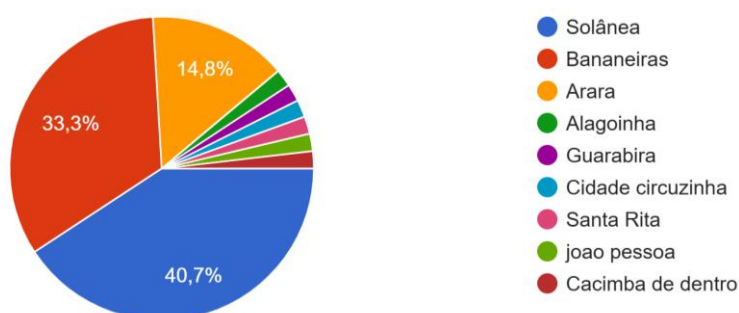
Gráfico 2- Fator de escolha do petshop



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

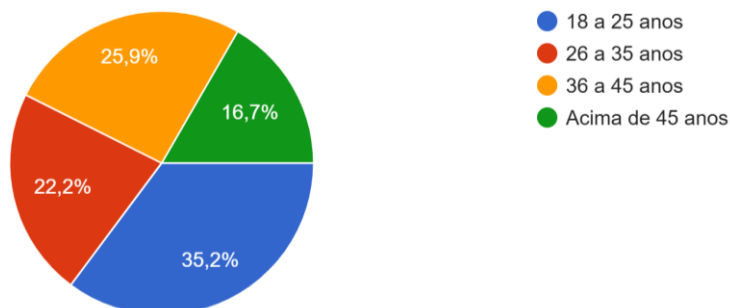
Na pesquisa realizada com as 54 pessoas, foi possível identificar que o maior numero de respostas são do gênero feminino, representando 51,9% dos respondentes, enquanto 48,1% se identificam do gênero masculino assim como está representado no gráfico 1. Esse dado é relevante para a definição de estratégias de marketing e ações promocionais e campanhas publicitárias e comunicação visual, garantindo assim uma melhor comunicação com o perfil predominante dos clientes, de forma mais eficaz e alinhada.

Gráfico 4- Cidade onde reside



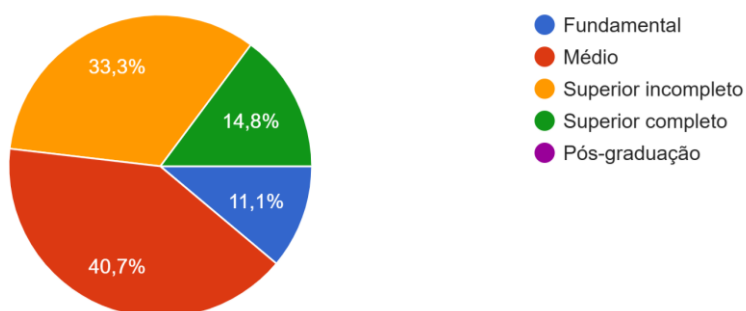
Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Ter ciência de onde o público reside define o tamanho do mercado, e a estratégia de posicionamento, de uma forma em que a empresa possa se posicionar para que possa principalmente atingir o público e atraí-los como novos clientes. Nos dados obtidos através da pesquisa podemos observar que maior parte do publico está localizado justamente na mesma cidade que a empresa.

Gráfico 5- Faixa Etária

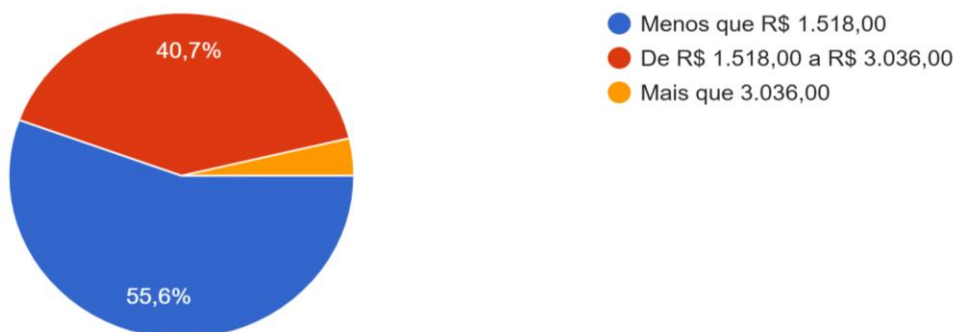
Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Conhecer a faixa etária do público é essencial pois ela contribui para definição do tipo de perfil do consumidor, o poder de compra e a forma de se comunicar com o cliente. Em análise ao gráfico 3, podemos observar que o público são pessoas de 18 a 60 anos, com predominância de 35,2% para um público mais jovem até os 25 anos, e temos uma proximidade de porcentagem entre um público mais adulto de 26 a 35 anos e de 36 a 45 anos, sugerindo assim que essa seja uma média de faixa etária para ser considerada em estratégias de marketing e comunicação.

Gráfico 6- Nível de escolaridade

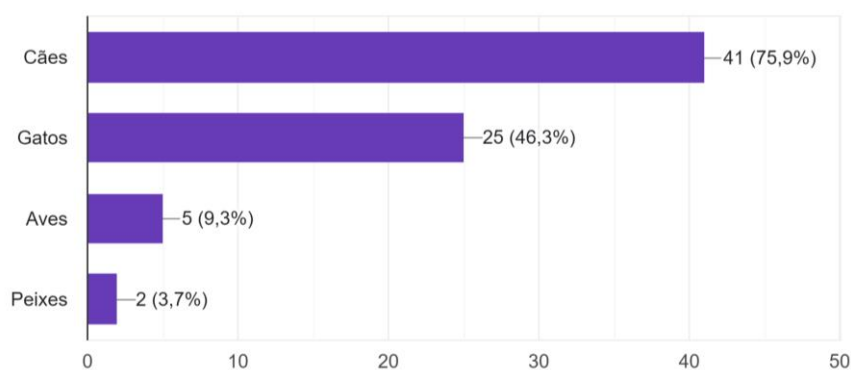
Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Em análise ao gráfico 4 podemos fazer uma análise do nível de escolaridade do público onde se predomina maior parte (40,7%) em ensino médio completo, e essas informações são importantes para que a empresa possa fazer um ajuste principalmente da linguagem usada em campanhas de marketing.

Gráfico 7- Renda mensal

Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Analisando o gráfico 5 podemos observar que maior parte dos participantes são pessoas com uma renda familiar limitada, que não possuem um grande poder aquisitivo, e ter essa informação de renda média é importante para que a empresa possa desenvolver estratégias compatíveis com a realidade financeira do público no qual pretende atingir. Mediante isso, estipular o ticket médio e estipular estratégias de preços e marketing adequadas são ferramentas que a empresa pode utilizar para atingir o seu objetivo.

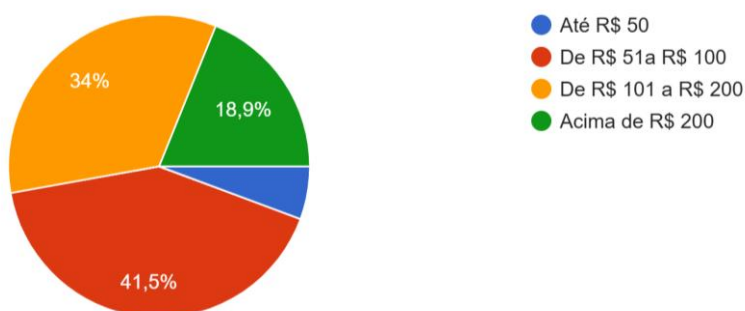
Gráfico 8- Tipos de Animais

Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Os dados do gráfico 5 nos mostra qual animal o público possui e dentre as opções as mais comuns no ramo de animais domésticos se destacam, nesse caso com maior porcentagem o público que possui cães (75,9%), assim como gatos (46,3%), e essa

informação é de extrema importância pra que possa ser definido o mix de produtos que serão oferecidos, assim como estabelecer uma comunicação assertiva.

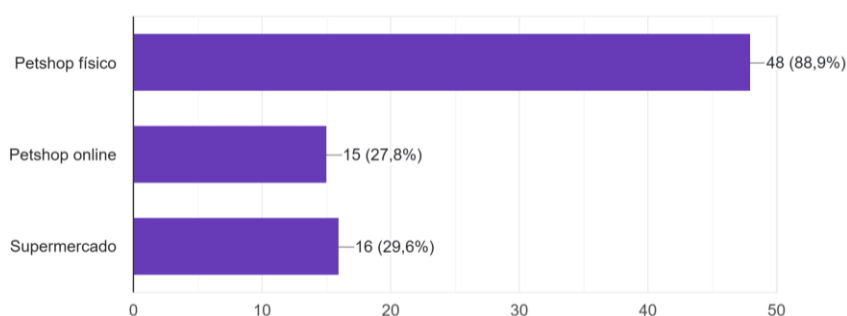
Gráfico 9- Gastos Mensais



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

No gráfico 7 temos a média de quanto é o gasto mensal dos seus tutores com seus Pets, essa informação é importante principalmente para entender se o público da região consegue sustentar o negócio que irá ser implementado, também contribui para que se evite de colocar no mercado um serviço caro que não terá adesão.

Gráfico 10- Locais de compras de Produtos

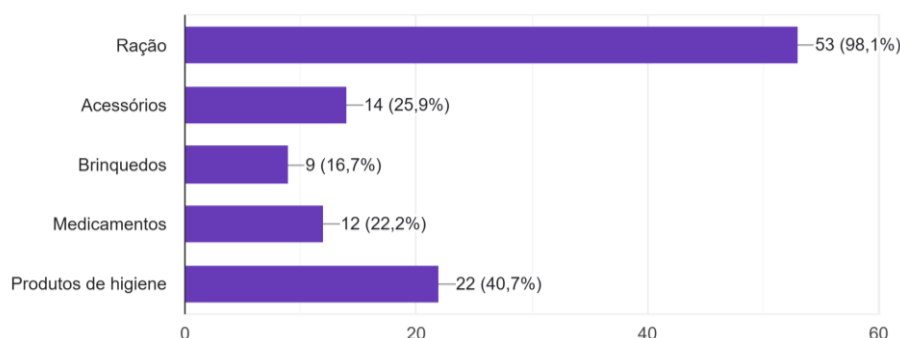


Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Analisando dados obtidos no gráfico 8 vemos onde geralmente o público costuma comprar os produtos para o seu pet e com (88,9%) vemos que a maioria compra no petshop físico, isso implica dizer que há concorrência é um ponto forte, pois os clientes de certa forma possuem um petshop onde já possuem o hábito de compra. Porém em parte mostra que o

petshop físico é um canal que é mais forte surgindo assim uma oportunidade para o mundo animal.

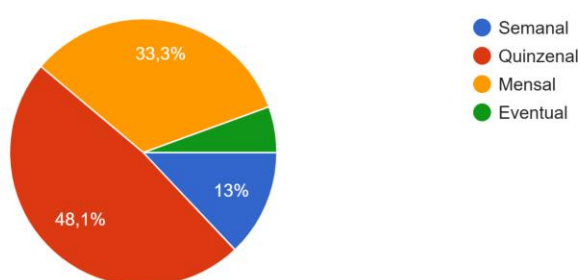
Gráfico 11- Tipos de Produtos mais consumidos



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

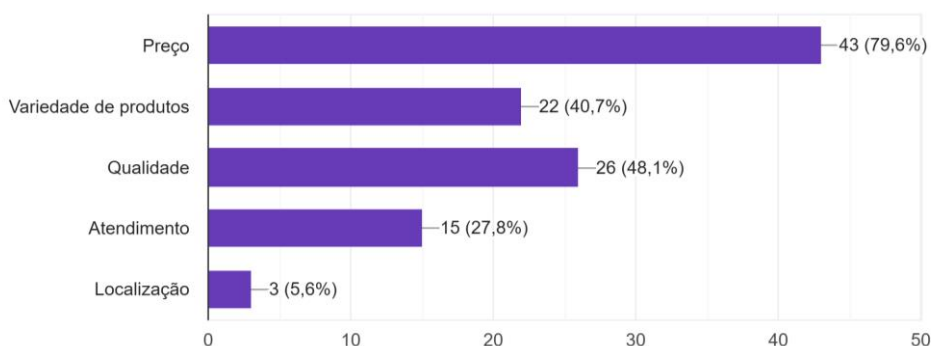
O gráfico 9 nos traz uma análise muito importante, pois mostra os produtos que são mais adquiridos no mercado, e essa informação contribui grandemente para que se saiba realmente o que tem saída e que se evite investir em estoque parado, como também contribui para a criação de um mix de mercado certo e para criar promoções atrativas envolvendo produtos que o público da região costuma consumir.

Gráfico 12- Frequência de compras



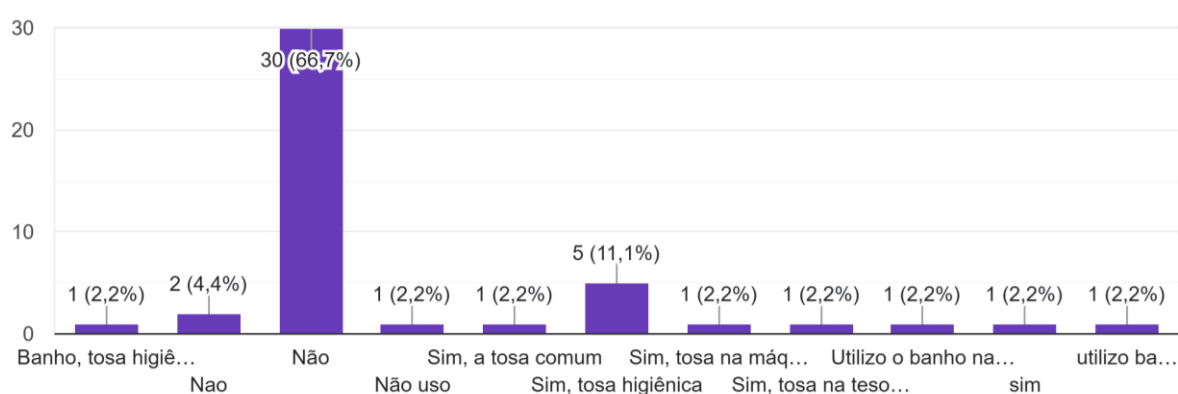
Fonte: Dados da pesquisa (2026)

No gráfico 10 podemos analisar a frequência de compras dos participantes em relação aos produtos para os seus pets, e esse é um dado importante pois mostra como o consumidor se relaciona com o negócio, e com essa análise a empresa pode criar estratégias de fidelização e personalizar ofertas conforme esse fluxo de compras dos clientes.

Gráfico 13- Fator de escolha do petshop**Gráfico 14- Fator de escolha do petshop**

Fonte: Dados da pesquisa (2026)

A análise do Gráfico 11 revela os principais fatores que são considerados importantes no momento de escolha do petshop. Os fatores mais considerados são o preço com (79,6%) e a qualidade com (48,1%), isso implica dizer que o público busca um serviço de qualidade e com preço justo, tanto em relação a serviços quando a produtos. Estabelecer preço e qualidade também são fatores que são importantes para a empresa porque esses fatores influenciam diretamente a decisão de compra, o posicionamento do petshop e a forma como ele pode se diferenciar e fidelizar clientes.

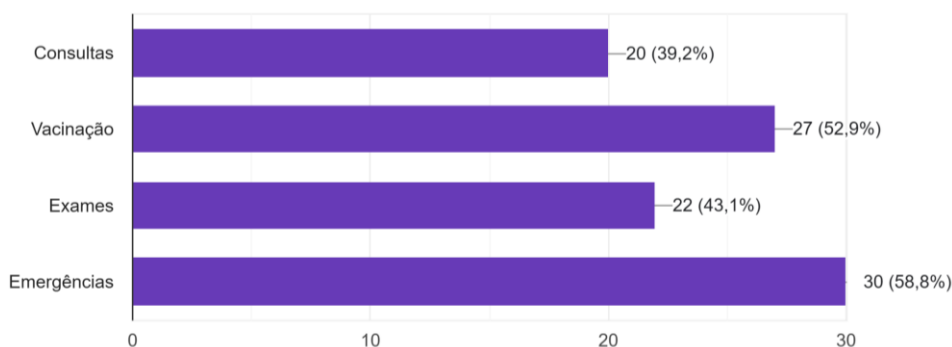
Gráfico 15- Utilização dos serviços de banho e tosa

Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Observando o gráfico 12, vemos que a maioria das respostas obtidas declararam não fazer o uso desse tipo de serviço, representando assim a parcela predominante da pesquisa. Isso influi dizer que entre o público pesquisado, a adesão do banho e tosa ainda é limitada, onde tal resultado pode estar relacionado a preferencia dos tutores por realizar cuidados a domicilio ou a percepção de custo elevado ou simplesmente a falta de habito ou falta de

confiança nos estabelecimentos. Com esses dados a empresa pode fazer uma análise mais a fundo e desenvolver estratégias que podem ser adotadas para estimular a utilização do serviço no petshop, seja por meio de preços mais acessíveis ou pacotes de fidelização.

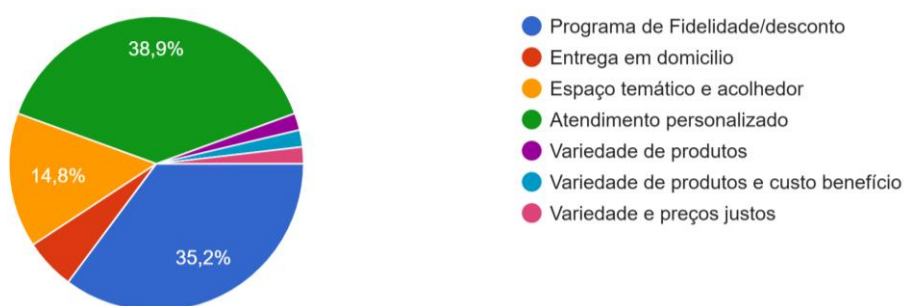
Gráfico 16- Utilização dos serviços veterinários no petshop



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Analisando o gráfico 13, podemos observar que muitos dos participantes utilizam serviços veterinários no petshop onde a maior porcentagem está entre o serviço de vacinação com (52,9%), e o serviço relacionado a emergências com (58,8%), isso indica que o público prioriza tanto a prevenção de doenças quanto o suporte para emergências. Em contrapartida outros serviços como consultas e exames tiveram um percentual um pouco menor, revelando um espaço para estimular a adesão a práticas de saúde preventiva.

Gráfico 17- Diferencial para a escolha de um novo petshop



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Analisando o gráfico 14 podemos observar a escolha do público em relação a

diferenciais que lhe fariam escolher um novo petshop. Com isso podemos observar que os diferenciais que se destacam são o atendimento personalizado com (38,9%) e o programa de fidelidade/desconto com (35,2%). E esses dados mostram que tutores buscam uma experiência próxima e individualizada, ao mesmo tempo que valorizam vantagens financeiras que estimulem a fidelização.

12. Estratégia de crescimento

O mundo animal tem o foco em oferecer produtos e serviços com uma ótima qualidade, buscando se tornar referência na cidade principalmente pelo nicho escolhido, nesse caso de produtos orgânicos e biodegradáveis. Trazendo a variedade desses produtos para a região de Solânea e cidades vizinhas.

O ambiente do negócio e as características singulares do Mundo animal podem ser entendidas através de uma análise SWOT:

Quadro 2- Análise FOFA Mundo animal

Forças · Localizado no centro da cidade · Possuir veterinário próprio · Produtos naturais e orgânicos	Fraquezas · Empreendimento (ainda) desconhecido · Negócio em fase inicial e sem histórico no mercado
Oportunidades · O número de pets tem aumentado bastante nos últimos anos de forma humanizada. · Tutores buscando cuidados para os pets, mas com o pensamento voltado para a sustentabilidade	Ameaças · Pet shops locais podem aderir a mesma linha de produtos. · o surgimento de novos petshops na região, com a mesma segmentação.

Fonte: Elaboração própria

O mundo animal pretende atingir os seguintes resultados, que serão buscados por sua equipe:

- 1) Atingir uma meta de no mínimo 100 produtos orgânicos e biodegradáveis vendidos por mês
- 2) Implementar um programa de fidelidade como cartão fidelidade de banho e tosa e alcançar uma taxa de clientes de 30% em um ano
- 3) Aumentar o número de novos clientes em um crescimento médio de 5% a 7% ao mês para os primeiros 6 meses e para os próximos meses um crescimento médio de 3% a 5% ao mês.

Com a chegada do Mundo animal buscaremos fazer algumas estratégias para atingir o crescimento, e algumas dessas estratégias são:

- A ampliação do portfólio de produtos: introduzir a nova linha de produtos e acessórios orgânicos e biodegradáveis.
- Marketing digital: Utiliza redes sociais e o marketing de conteúdo para aumentar a visibilidade e engajamento com o público.
- E-commerce: Desenvolver uma loja online para alcançar clientes que preferem comprar por Internet.
- Eventos e promoções: Organizar eventos temáticos como, dias da adoção em conjunto com ONGs parceiras, e também promover promoções sazonais para atrair novos clientes.

13. Finanças

Tabela 2- investimento inicial

Descrição	Valor estimado (R\$)
Reforma e adequação do espaço	R\$ 20.000,00
Pintura e decoração	R\$ 8.000,00
Equipamentos (banho e tosa, caixas, mobiliário, etc.)	R\$ 25.000,00
Consultório veterinário	R\$ 30.000,00
Sistema de gestão e informática	R\$ 1.800,00
Capital de giro inicial	R\$ 5.000,00
Estoque inicial de mercadorias (ração, acessórios, remédios, brinquedos etc.)	R\$ 15.000,00
Financiamento de Veículo popular (seminovo)	R\$ 6.000,00
Total de investimento inicial	R\$ 110.800,00

Fonte: Elaboração Própria (2026)

Antes de se iniciar as operações, é necessário se considerar os custos iniciais para a

implantação do petshop. Esses investimentos envolvem desde a adequação do espaço físico ate a aquisição de equipamentos como banheira específica para pets, secador, maquina de tosa, toalhas tesouras, escova e pentes. Como também a compra inicial de mercadorias para revenda. Trata-se de um capital indispensável para que o negócio inicie suas atividades de forma estruturada, funcional e capaz de oferecer um atendimento de qualidade aos seus clientes.

Tabela 3- Fontes de Investimento Inicial

Fonte de recursos	Valor (R\$)	% do Total
Aporte dos Sócios	R\$ 77.560,00	(70%)
Empréstimo bancário	R\$ 33.240,00	(30%)
Total do Investimento	R\$ 110.800,00	

Fonte: Elaboração Própria (2026)

As fontes de financiamento inicial serão através dos sócios e empréstimo bancário, com a divisão de 70% para os sócios e 30% por empréstimo. A escolha por uma parte do financiamento ser por empréstimo, é buscar uma alternativa mais conservadora, onde esse meio de investimento (70/30) reduz o peso dos juros do empréstimo e mantem uma boa margem de segurança.

Tabela 4- Despesas Fixas e Anuais

Descrição	Valor Mensal (R\$)	Valor Anual (R\$)
Aluguel	R\$ 1.500,00	R\$ 18.000,00
Energia elétrica	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00
Água	R\$ 350,00	R\$ 4.200,00
Internet	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Salários (2 Funcionários)	R\$ 3.407,18	R\$ 40.886,16
Encargos trabalhistas	R\$ 2.385,02	R\$ 28.620,24
Parcela do Empréstimo	R\$ 1070,00	R\$ 12.840,00
Parcela financiamento veiculo	R\$ 650,00	R\$ 7.800,00
Marketing	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00
Manutenção de equipamentos	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
Impostos e taxas	R\$ 1.000,00	R\$ 18.000,00
Outros custos fixos (gasolina, manutenção do veículo etc.)	R\$ 500,00	R\$ 600,00
Total de Despesas fixas	R\$ 13.062,20	R\$ 157.346,40

Fonte: Elaboração Própria (2026)

Para a operação do petshop é essencial considerar todas as despesas fixas que ocorrem mensalmente, essas despesas representam os compromissos financeiros que independem do volume de vendas ou da quantidade de serviços prestados, garantindo o funcionamento

regular do negócio. O quadro apresenta os valores estimados de despesas fixas mensais e o total correspondente ao período de 12 meses.

Tabela 5- Despesas variáveis mensais

Descrição	Valor mensal (R\$)
Reposição de estoque	R\$ 8.000,00
Insumos para Serviços	R\$ 3.000,00
Descontos/Fidelidade	R\$ 300,00
Total de despesas Variáveis	R\$ 11.300,00

Fonte: Elaboração Própria (2026)

As despesas variáveis estão diretamente relacionadas ao volume de vendas e a prestação de serviços. Incluem reposição de estoque, insumos utilizados em banho e tosa, e custos com programas de fidelidade e descontos.

Com o objetivo de obter uma estimativa das projeções de receita do empreendimento foram desenvolvidos três cenários, o realista, otimista e pessimista. Para o cálculo de cada cenário foram necessárias informações como: os tipos de serviço e produtos oferecidos, quantidade de clientes mensais e ticket médio. Esse tipo de abordagem permite avaliar o comportamento do negócios em diferentes contextos e estimar com clareza o ponto de equilíbrio.

Tabela 6- Previsão receita mensal cenário realista

Categoria	Quantidade de clientes/mês	Ticket médio	Receita mensal
Banho e tosa	50	80	R\$ 4.000,00
Consultas	30	120	R\$ 3.600,00
Venda de produtos	100	120	R\$ 12.000,00
Receita Total	-	-	R\$ 19.600,00

Fonte: Elaboração Própria (2026)

A tabela do cenário realista apresenta uma estimativa de receita baseada em condições normais de operação, com demanda moderada pelos serviços e produtos oferecidos. A receita total mensal projetada é de R\$ 19.600,00. Após a dedução dos custos variáveis de R\$11.300,00, a margem apurada é de R\$ 8.300,00. Ao considerar os custos fixos de R\$13.062,20 há um prejuízo de R\$ 4.762,20.

Esse resultado não é suficiente para atingir o ponto de equilíbrio, evidenciando a necessidade de incremento nas receitas ou otimização da estrutura de custos.

Tabela 7- Previsão receita Mensal cenário otimista

Categoria	Quantidade de clientes/mês	Ticket médio	Receita mensal
Banho e tosa	60	88	R\$ 5.280,00
Consultas	36	132	R\$ 4.752,00
Venda de produtos	120	132	R\$ 15.840,00
Receita Total	-	-	R\$ 25.872,00

Fonte: Elaboração Própria (2026)

A tabela de cenário otimista demonstra uma projeção de receita em condições favoráveis, com aumento no ticket médio dos serviços e produtos, como também com um maior volume de clientes. Nesse cenário a receita total mensal estimada é de R\$ 25.872,00. Considerando os custos variáveis de R\$ 11.300,00, obtém-se uma margem de R\$ 14.572,00. Após a dedução dos custos fixos R\$ 13.062,20, o resultado é o lucro estimado de R\$ 1.509,80.

Esse cenário evidencia a viabilidade econômica do negócio, indicando que o aumento no volume de vendas e na eficiência operacional permite não apenas cobrir os custos totais, mas também gerar resultado positivo

Tabela 8- Previsão Receita Mensal Cenário pessimista

Categoria	Quantidade de clientes/mês	Ticket médio	Receita mensal
Banho e tosa	40	72	R\$ 2.880,00
Consultas	24	108	R\$ 2.592,00
Venda de produtos	80	108	R\$ 8.640,00
Receita Total	-	-	R\$ 14.112,00

Fonte: Elaboração Própria (2026)

A tabela de cenário pessimista apresenta uma projeção conservadora de receita mensal do petshop, considerando menos volume de atendimentos e redução no ticket médio. Nesse contexto, a receita total estimada é de R\$ 14.112,00. Ao deduzir os custos variáveis de R\$ 11.300,00, obtém-se uma margem de R\$ 2.812,00. Contudo, esse valor não é suficiente para cobrir os custos fixos mensais de R\$ 13.062,20, resultando em um prejuízo de R\$ 10.250,20.

Esse cenário mostra uma situação de risco operacional, na qual o baixo faturamento compromete a sustentabilidade financeira do negócio, tornando necessária a adoção de estratégias para o aumento da demanda ou redução de custos.

A seguir serão apresentadas as tabelas com o resumo geral das projeções do cenário realista em um período de 5 anos, bem como o comparativo entre os diferentes cenários.

Tabela 9- Projeção financeira de 5 anos cenário realista

Ano	Receita anual	Custos variáveis	Custos Fixos	Pró-labore	Lucro Líquido
Ano 1	R\$ 235.200,00	R\$ 135.600,00	R\$ 156.746,40	R\$ 19.768,00	R\$ -76.914,40
Ano 2	R\$ 282.240,00	R\$ 142.380,00	R\$ 164.583,72	R\$ 35.582,00	R\$ -60.305,72
Ano 3	R\$ 296.352,00	R\$ 149.499,00	R\$ 172.813,90	R\$ 37.361,00	R\$ -63.321,90
Ano 4	R\$ 311.170,00	R\$ 156.974,00	R\$ 181.454,60	R\$ 39.229,00	R\$ -66.487,60
Ano 5	R\$ 326.728,00	R\$ 164.823,00	R\$ 190.527,33	R\$ 41.190,00	R\$ -69.812,33

Fonte: Elaboração Própria (2026)

Tabela 10- Projeção financeira de 5 anos cenário otimista

Ano	Receita anual	Custos variáveis	Custos Fixos	Pró-labore	Lucro Líquido
Ano 1	R\$ 310.464,00	R\$ 135.600,00	R\$ 156.746,60	R\$ 19.768,00	R\$ -1.650,40
Ano 2	R\$ 388.080,00	R\$ 142.380,00	R\$ 164.583,72	R\$ 35.582,00	R\$ 45.534,28
Ano 3	R\$ 419.126,00	R\$ 149.499,00	R\$ 172.813,90	R\$ 37.361,00	R\$ 59.452,10
Ano 4	R\$ 452.656,00	R\$ 156.974,00	R\$ 181.454,60	R\$ 39.229,00	R\$ 74.998,40
Ano 5	R\$ 488.868,00	R\$ 164.823,00	R\$ 190.527,33	R\$ 41.190,00	R\$ 92.327,67

Fonte: Elaboração Própria (2026)

A comparação entre os cenários realista e otimista demonstra que o desempenho financeiro do negócio depende diretamente do crescimento da receita. No cenário realista, o negócio apresenta prejuízo ao longo dos anos, indicando a necessidade de ajustes para que possa se tornar viável. Já no cenário otimista, há geração de lucro a partir do segundo ano,

com recuperação do investimento no médio prazo.

Tabela 11- Comparativo entre os cenários

Indicadores	Cenário pessimista	Cenário Realista	Cenário Otimista
Receita Mensal (R\$)	R\$ 14.112,00	R\$ 19.600,00	R\$ 25.872,00
Banho e Tosa	40	50	60
Consultas	24	30	36
Venda de Produtos	80	100	120
Custos Variáveis (R\$)	R\$ 11.300,00	R\$ 11.300,00	R\$ 11.300,00
Custos Fixos (R\$)	R\$ 13.062,20	R\$ 13.062,20	R\$ 13.062,20
Resultado Mensal (R\$)	R\$ - 10.250,20	R\$ -4.762,20	R\$ 1.509,80

Fonte: Elaboração Própria (2026)

13.1.1.1. Receita e Crescimento

- Crescimento esperado:
8% ao mês nos 6 primeiros meses
5% ao trimestre até o 2º ano
5% ao ano do 3º ao 5ºano
- Pró- labore: R\$ 1.412,00 a partir do 6º mês, por socio
- Reajuste anual das despesas: 5%
- Reajuste de aluguel: 4,5% ao ano

13.1.1.2. Cálculo do Ponto de Equilíbrio Cenários com e sem pró-labore

O ponto de equilíbrio é o volume de vendas mínimo necessário para que a receita total de uma empresa iguale os custos e despesas totais, resultando em lucro zero.

Tabela 12- Ponto de Equilíbrio sem pró-labore

Cenário	Custos fixos	Margem	Ponto de Equilíbrio
Pessimista	R\$ 13.062,20	80,07%	R\$ 68.748,42
Realista	R\$ 13.062,20	57,65%	R\$ 31.100,47
Otimista	R\$ 13.062,20	43,67%	R\$ 23.325,35

Fonte: Elaboração Própria (2026)

Tabela 13- Ponto de Equilíbrio com pró-labore

Cenário	Custos fixos	Margem	Ponto de Equilíbrio
Pessimista	R\$ 15.886,20	80,07%	R\$ 83.611,57
Realista	R\$ 15.886,20	57,65%	R\$ 37.824,28
Otimista	R\$ 15.886,20	43,67%	R\$ 28.368,21

Fonte: Elaboração Própria (2026)

O ponto de equilíbrio foi calculado considerando os custos Fixos e variáveis, incluindo o pró-labore dos dois sócios, de forma a refletir no faturamento mínimo necessário para a empresa de manter autossustentável e remunerar seus proprietários. Para fins de análise da operação, também apresentamos o ponto de equilíbrio sem o pró-labore, evidenciando a diferença entre a operação e a sustentabilidade financeira completa do negócio.

14. Conclusão

O desenvolvimento deste trabalho teve como propósito analisar a viabilidade da implantação do petshop Mundo animal, um empreendimento voltado ao atendimento de animais de estimação, com foco em serviços de banho e tosa, consultas veterinárias e comercialização de produtos especializados.

Embora o empreendimento apresente uma estrutura bem planejada, com definição de funções, estratégias de marketing direcionadas e atenção a qualidade dos serviços e produtos, a análise financeira evidencia que, no cenário realista, o negócio não é viável economicamente. A receita inicial projetada não é suficiente para cobrir os custos operacionais e o pró-labore dos sócios, resultando em prejuízo consistente ao longo dos cinco anos e impossibilitando a recuperação do investimento a médio prazo.

O estudo indica que a viabilidade só seria alcançada em condições mais favoráveis, com aumento da receita, ou redução dos custos. Portanto, o projeto, nas condições atuais do cenário realista, não se sustenta financeiramente, sendo necessária a implementação de estratégias de melhoria operacional, controle de despesas e aumento da geração de receita para garantir sua sustentabilidade.

Referências

Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas (SEBRAE). 2024. **Crescimento do mercado pet e oportunidade de negócio.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/al/artigos/crescimento-do-mercado-pet-e-oportunidade-de-negocio,021731b7fe057810VgnVCM1000001b00320aRCRD> Acesso em: 03.07.2025

Associação brasileira da indústria de produtos para animais de estimação (ABINPET). **Informações gerais do setor.** Disponível em: <https://abinpet.org.br/informacoes-gerais-do-setor/> Acesso em 10.07.2025

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).2025 **Dados populacionais das cidades de Solânea e Bananeiras.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/bananeiras/panorama> <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/solanea/panorama> Acesso em 15.09.2025

Instituto Pet Brasil (IPB). 2020 **Mercado pet estima faturar R\$ 36,2 bilhões em 2019.** Disponível em: https://rnpet.com.br/materias/mercado-pet-estima-faturar-r-362-bilhoes-em-2019/?utm_source=chatgpt.com Acesso em 18.07.2025

Instituto Pet Brasil (IPB).2021 **Setor pet fatura 40,8 bilhões em 2020.** Disponível em: https://agrovevenda.com.br/falando-de-bichos/setor-pet-fatura-408-bilhoes-em-2020/?utm_source=chatgpt.com Acesso em: 18.07.2025

Instituto Pet Brasil (IPB). **2022 Faturamento do setor pet cresce 27% em 2021 e atinge R\$ 51,7 bilhões.** Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/faturamento-do-setor-pet-cresce-27-em-2021-e-atinge-r-517-bilhoes/?utm_source=chatgpt.com#goog_rewarded Acesso em: 18.07.2025

Instituto Pet Brasil (IPB). 2023 **Receita do mercado pet no Brasil cresce 16,4%.** Disponível em: https://globalpetindustry.com/news/brazils-pet-market-revenue-jumps-164/?utm_source=chatgpt.com Acesso em: 19.07.2025

Associação brasileira da indústria de produtos para animais de estimação (ABINPET).2024 **Com forte participação de PMes, mercado pet chegou aos R\$ 68 bilhões de faturamento em 2023.** Disponível em: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/camaras-setoriais-tematicas/documentos/camaras-setoriais/animais-e-estimacao/2024/39a-ro-30-04-2024/release_conjunto_abinpet_ipb_fechamento23.pdf?utm_source=chatgpt.com Acesso em: 19.07.2025



APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

UFPB – UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - ADMINISTRAÇÃO
Orientador: Dr. Francivaldo Santos do Nascimento
Discente: Lucas Silva Lopes

Pesquisa de mercado destinado a plano de negocio de implementação do petshop mundo animal
--

Os dados coletados serão usados por fins acadêmicos. Essa pesquisa de mercado será fundamental para o desenvolvimento do plano de negócio para o petshop mundo animal.

1. Qual seu gênero? • Feminino • Masculino • Outro
2. Em qual cidade reside atualmente? • Solânea • Bananeiras • Arara • Outro

3. Qual sua idade?

- 18 a 25 anos
- 26 a 35 anos
- 36 a 45 anos
- Acima de 45 anos

4. Qual o seu nível de escolaridade?

- Fundamental
- Médio
- Superior incompleto
- Superior completo
- Pós-graduação

5. Qual o valor médio da sua renda mensal?

- Menos que R\$ 1.518,00
- De R\$ 1.518,00 a R\$ 3.036,00
- Mais que R\$ 3.036,00

6. Hoje você possui quais animais de estimação? (Pode marcar mais de uma opção)

- Cães
- Gatos
- Aves
- Peixes
- Outros

7. Em média, quanto você gasta por mês com o seu pet?

- Até R\$ 50
- De R\$ 51 a R\$ 100
- De R\$ 101 a R\$ 200
- Acima de R\$ 200

8. Onde você costuma comprar produtos para o seu pet (ração, brinquedos e acessórios)? (Pode marcar mais de uma opção)

- Petshop físico
- Petshop online
- Supermercado
- Outro

9. Quais os tipos de produtos você mais consome(Pode marcar mais de uma opção)

- Ração
- Acessórios
- Brinquedos
- Medicamentos
- Produtos de Higiene

10. Com que frequência você realiza compras para seu animal de estimação?

- Semanal
- Quinzenal
- Mensal
- Eventual

11. O que você considera mais importante na hora de escolher um petshop? (Indicar duas opções)

- Preço
- Variedade de produtos
- Qualidade
- Atendimento
- Localização

12. Você utiliza serviços de banho e tosa? Se sim quais?

13. Você utilizaria serviços veterinários dentro do petshop? Se sim quais? (pode marcar mais de uma opção)?

- Consultas
- Vacinação
- Exames
- Emergências

14. Qual seria o diferencial que faria você escolher um novo petshop?

- Programa de Fidelidade/desconto
- Entrega em Domicilio
- Espaço temático e acolhedor
- Atendimento personalizado
- Outro