

## STRONG BUSINESS SCHOOL

Enzo Aleo Paulin

Geovanna Brito Oliveira

Joaquim Luis Gonçalves Pinheiro

Leticia Morales Calixto

Luis Felipe Tribia Garbim

Sandro Aurélio Salvador Junior

## **PETHEALTH**

Santo André

2024

Enzo Aleo Paulin

Geovanna Brito Oliveira

Joaquim Luis Gonçalves Pinheiro

Leticia Morales Calixto

Luis Felipe Tribia Garbim

Sandro Aurélio Salvador Junior

## **PETHEALTH**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como exigência para a  
obtenção do grau de Bacharel em  
Administração, à Strong Business School

Orientador: Prof. Eduardo Pintos  
Villas Boas

Santo André

2024

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a minha família, que foi compreensiva e me apoiou nos momentos difíceis.

## **AGRADECIMENTOS**

Expressamos nossa gratidão a todos que contribuíram para que alcançássemos essa conquista em nossas vidas.

Aos professores e coordenadores, nossos guias, que contribuíram de forma única para nossa formação acadêmica e pessoal.

Aos colegas do curso, que nos apoiaram e caminharam ao nosso lado até este momento. Também queremos agradecer profundamente aos nossos familiares, que sem o apoio nada disso seria possível.

## RESUMO

Este trabalho consiste na elaboração de um plano de negócios para uma empresa fictícia idealizada pelos alunos do oitavo semestre do curso de Administração de Empresa da Strong Business School. O negócio em questão é um e-commerce focado no mercado pet com o diferencial da gestão de compras de itens de alimentação e medicamentos dos animais, denominado PetHealth. Os principais objetivos do plano de negócios incluem a definição clara do modelo de negócio, a identificação do mercado alvo, a avaliação da viabilidade financeira e a criação de estratégias operacionais para o sucesso no longo prazo, com um horizonte de cinco anos adiante.

Para alcançar esses objetivos, adotou-se uma abordagem metodológica que envolveu várias etapas, incluindo uma pesquisa de mercado para compreender as tendências do setor pet, a concorrência existente e as preferências dos consumidores. Em seguida, realizou-se uma análise mercadológica para estimar a demanda do negócio, assim como projeções operacionais e de recursos humanos. Seguida por uma análise de viabilidade financeira.

Com base nas pesquisas, projeções e análises realizadas, algumas conclusões importantes foram alcançadas. Identificou-se um mercado em crescimento com diversas oportunidades e com clientes dispostos a ter a conveniência da gestão de itens para seu animal. Apesar da presença de concorrentes estabelecidos, o modelo de negócios inovador pode se diferenciar pela proposta de conveniência e comodidade oferecida aos clientes aliadas a estratégias de marketing eficazes.

As projeções financeiras indicam que a empresa pode atingir o ponto de equilíbrio em um prazo razoável e alcançar lucratividade a médio prazo. Embora o investimento inicial seja substancial, a rentabilidade a longo prazo é promissora.

**Palavras-chave:** Plano de negócio, e-commerce, mercado pet, viabilidade financeira, estratégias operacionais.

## **ABSTRACT**

This work consists of elaborating a business plan for a fictitious company conceived by the students of the eighth semester of the Business Administration course at Strong Business School. The business in question is an e-commerce focused on the pet market with the differential of managing purchases of pet food and medications, named PetHealth. The main objectives of the business plan include defining the business model clearly, identifying the target market, evaluating financial feasibility, and creating operational strategies for long-term success, with a five-year horizon.

To achieve these objectives, a methodological approach was adopted, involving several steps, including market research to understand trends in the pet sector, existing competition, and consumer preferences. Next, a market analysis was carried out to estimate the demand for the business, as well as operational and human resources projections, followed by a financial viability analysis.

Based on the research, projections, and analyses conducted, some important conclusions were reached. A growing market with various opportunities was identified, with customers willing to have the convenience of managing items for their pets. Despite the presence of established competitors, the innovative business model can differentiate itself through the proposal of convenience and comfort offered to customers, along with effective marketing strategies.

Financial projections indicate that the company can break even in a reasonable time frame and achieve profitability in the medium term. Although the initial investment is substantial, long-term profitability is promising.

**Keywords:** Business plan, e-commerce, pet market, financial viability, operational strategies.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Business Model Canvas (PetHealth) .....	13
Figura 2 - Distribuição do Faturamento Mercado Pet .....	16
Figura 3 - População de Animais no Brasil .....	20
Figura 4 - Faturamento Mundial 2022 .....	21
Figura 5 - Distribuição Gastos com Pets.....	22
Figura 6 - Domicílios com Cães/Gatos.....	23
Figura 7 - Composições Familiares.....	23
Figura 8 - Faturamento do mercado em 2021.....	24
Figura 9 - As principais doenças em cães .....	25
Figura 10 - As principais doenças em gatos .....	25
Figura 11 - Principais medicamentos utilizados para tratamento de animais .	25
Figura 12 - Faturamento da indústria Pet Brasileira.....	26
Figura 13 - Comparativo de ticket médio no e-commerce do mercado Pet no Brasil.....	30
Figura 14 - Matriz BCG .....	49
Figura 15 – Logo .....	52
Figura 16 - Organograma.....	58
Figura 17 - Headcout Administrativo .....	59
Figura 18 - Série Histórica Selic.....	69

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	33
Gráfico 2.....	33
Gráfico 3.....	34
Gráfico 4.....	35
Gráfico 5.....	36
Gráfico 6.....	36
Gráfico 7.....	37
Gráfico 8.....	38
Gráfico 9.....	38
Gráfico 10.....	39
Gráfico 11.....	39
Gráfico 12.....	40
Gráfico 13.....	40
Gráfico 14.....	60

## LISTA DE TABELAS

<i>Tabela 1 - Estimativa de demanda para o 1º ano</i> .....	55
Tabela 2 - Folha Pagamento.....	62
Tabela 3 - Investimento Inicial Total.....	65
Tabela 4 - DRE dos primeiros 12 meses de operação .....	67
Tabela 5 - Fluxo caixa primeiros 12 meses.....	67
Tabela 6 - Cenários.....	70

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

ABINPET – Associação Brasileira Da Indústria De Produtos Para Animais De Estimação

IPB – Instituto Pet Brasil

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

CSLL – Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido

PIS – Programa de Integração Social

COFINS – Contribuição Para o Financiamento da Seguridade Social

CAPEX – Capital Expenditure (despesas de capital)

SINDAN - Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal

SBVC - Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

ITBI – Imposto Sobre a Transmissão de Bens Imóveis

IPTU – Imposto Propriedade Territorial Urbana

CCT – Convenção Coletiva do Trabalho

SINCOMÉCIO – Sindicato do Comércio Varejista

PGR - Programa de Gerenciamento de Riscos

CIPA - Comissão Interna de Prevenção de Acidentes

NR – Norma Regulamentadora

EPI – Equipamento de Proteção Individual

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	CAPÍTULO 1: VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO .....	13
2.1	Business Model Canvas (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010).....	13
2.2	Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio:.....	15
3	SUMÁRIO EXECUTIVO .....	18
3.1	Dados gerais do empreendimento.....	18
3.2	Dados dos empreendedores .....	18
3.3	Missão da empresa e valores organizacionais.....	18
3.4	Forma jurídica e enquadramento tributário.....	19
3.5	Capital Social e fonte de recursos .....	19
4	VIABILIDADE ESTRATÉGICA .....	20
4.1	Estudo do mercado-alvo (dados secundários) .....	20
4.2	Estudo Clientes.....	27
4.3	Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (2004):.....	29
4.4	Pesquisa de Campo .....	32
4.5	Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica .....	41
5	VIABILIDADE OPERACIONAL.....	42
5.1	Plano Operacional. ....	42
5.2	Estimativa de gastos plano operacional. ....	44
5.3	Análise e diagnóstico da viabilidade operacional. ....	45
6	VIABILIDADE MERCADOLÓGICA.....	47
6.1	Plano de Marketing.....	47
6.2	Previsão e mensuração da demanda .....	52
6.3	Estimativa de Gastos.....	55

6.4	Análise e diagnóstico de viabilidade mercadológica .....	56
7	VIABILIDADE DE CAPITAL HUMANO .....	57
7.1	Headcount .....	58
7.2	Gestão de Pessoas .....	60
7.3	Treinamento e desenvolvimento.....	61
7.4	Segurança do trabalho .....	62
7.5	Estimativa de gastos.....	62
7.6	Análise e diagnóstico de viabilidade do capital humano .....	63
8	VIABILIDADE FINANCEIRA .....	64
8.1	Plano financeiro .....	64
8.2	Análise e diagnóstico da viabilidade financeira .....	71
9	VIABILIDADE DO NEGÓCIO: CONCLUSÃO DO TRABALHO.....	72
	REFERÊNCIAS.....	73
	APÊNDICES.....	75
	Apêndice A – Cálculo de demanda.....	75
	Apêndice B – Custos dos 12 primeiros meses .....	76
	Apêndice C – DRE dos 12 primeiros meses.....	76
	Apêndice D – DRE ano 2.....	77
	Apêndice E – DRE ano 3 .....	77
	Apêndice F – DRE ano 4 .....	78
	Apêndice G – DRE ano 5.....	78
	Apêndice H– Fluxo de caixa dos 12 primeiros meses .....	79
	Apêndice I – Projeções de custos.....	79
	Apêndice J – Payback, VPL e TIR.....	81

## 1 INTRODUÇÃO

No cenário atual, onde os animais de estimação ocupam um lugar especial nos lares e corações de milhões de pessoas em todo o mundo, a indústria de produtos e serviços para pets está em constante crescimento. Diante desse contexto promissor, surge a PetHealth, dedicada a oferecer soluções inovadoras para atender às necessidades dos animais e seus tutores.

Ao longo deste trabalho, será explorado detalhadamente o plano de negócios, que inclui a gestão de produtos de consumo dos animais e medicamentos, controle de estoque e o compromisso de promover o bem-estar animal.

A identificação do nicho de mercado e do público-alvo é o ponto chave, destacando a importância de uma abordagem centrada no cliente e no cuidado com os animais. Com estratégias de marketing criativas e parcerias estratégicas, visando não apenas aumentar as vendas, mas também fortalecer a marca.

Além disso, a estrutura organizacional da empresa é demonstrada detalhadamente, desde a definição dos cargos-chave até a descrição das responsabilidades de cada membro da equipe. Com a elaboração de um plano detalhado de estimativa de gastos e projeção de capacidade produtiva, comercial e de serviços, garantindo uma gestão financeira sólida e sustentável.

Ao longo de todo o processo, ficou evidente o compromisso da PetHealth com o bem-estar animal, a ética nos negócios, a inovação e a excelência no atendimento ao cliente.

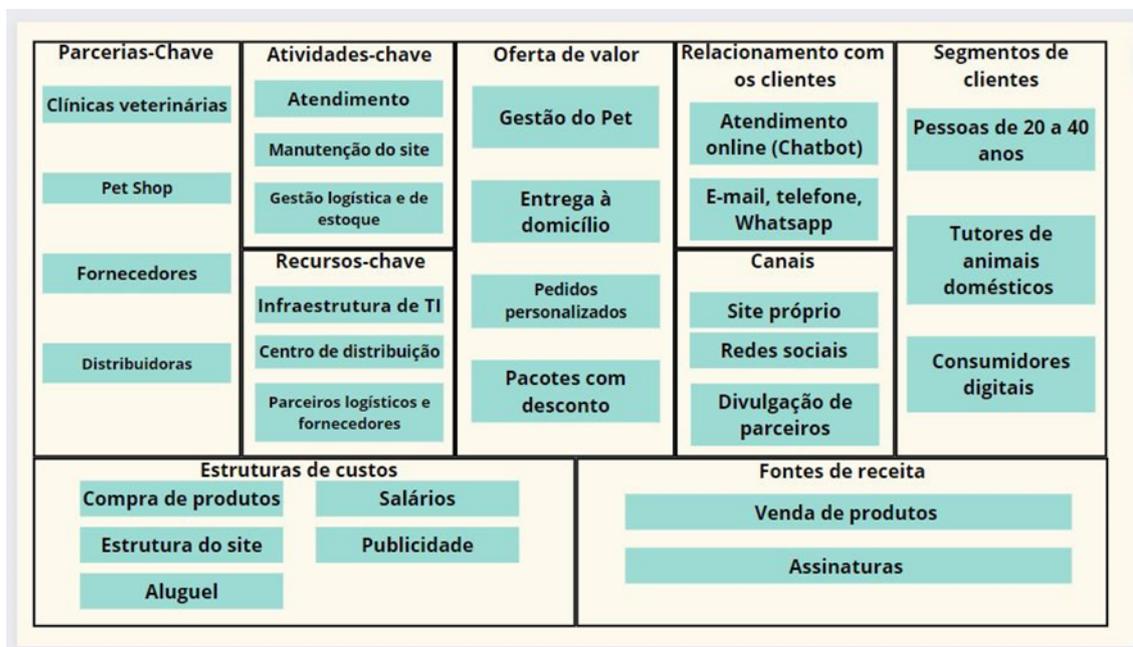
## 2 CAPÍTULO 1: VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO

### 2.1 Business Model Canvas (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010)

O Business Model Canvas é uma ferramenta utilizada para melhor visualização e estruturação de um modelo de negócio. Sua estrutura é simples e dinâmica, compreendendo nove diferentes tópicos: Proposta de Valor, Segmentos de Cliente, Canais, Relações com o Consumidor, Fluxos de Receita, Principais Recursos, Atividades-Chave, Parcerias-Chave e Estrutura de Custos.

Na Figura 1 é possível verificar a estruturação do Business Model Canvas da empresa PetHealth.

Figura 1 - Business Model Canvas (PetHealth)



Fonte: Autoria própria, 2024.

- a) **Oferta de valor:** A empresa PetHealth foi idealizada com o propósito de facilitar a rotina de compras de produtos para pets, otimizando o tempo gasto e a gestão dos produtos necessários para o dia a dia dos animais através de entregas programadas, tendo como diferencial o controle de estoque automatizado e a gestão de medicamentos de uso contínuo.
- b) **Segmentos de clientes:** Tutores de animais domésticos da faixa etária de 20 a 40 anos que utilizam o E-commerce, já que optam por receber suas compras em casa a fim de otimizar o tempo no dia a dia.
- c) **Canais:** Haverá divulgação por meio de mídias digitais como: Site próprio, redes sociais (Instagram, Facebook, X etc.) e por mídias físicas, por meio de panfletos em clínicas veterinárias parceiras e indicação de veterinários no momento da consulta. As compras serão feitas sempre através do site.
- d) **Relações com o consumidor:** A relação com o cliente será humanizada, feita por meio de atendimentos online por canais como: Chatbot, e-mail, WhatsApp e telefone. O cliente pode decidir qual o meio mais confortável para que ele entre em contato com a PetHealth, assim oferecendo um atendimento personalizado prezando pela confiança do cliente. Para que o cliente continue assinando o plano será utilizada a estratégia de continuar o contato com o cliente através de e-mails em datas comemorativas e comunicando promoções frequentemente.
- e) **Pontos de receita:** A receita da PetHealth será estabelecida por meio da venda dos produtos desde alimentação, brinquedos, vestuário e medicamentos, além do plano de assinatura oferecido por diversos períodos pela empresa.
- f) **Recursos-chave:** Os principais recursos que agregam valor para a PetHealth são: Infraestrutura de TI, distribuição eficaz dos produtos, parceiros logísticos que prezam pela confiabilidade e fornecedores de qualidade.
- g) **Atividades-chave:** Com o foco no cliente e na boa experiência com a marca, a PetHealth valoriza a eficiência da gestão do estoque, estratégias de marketing, da logística, da manutenção do site da PetHealth para que o atendimento seja o mais satisfatório possível.

- h) Parcerias-chave:** as parcerias são essenciais para o desenvolvimento do negócio, os principais parceiros são clínicas veterinárias, pet shop, fornecedores e distribuidores, que fornecem insumos e serviços para a operação da empresa.
- i) Estrutura de custos:** os principais gastos do negócio concentram-se em despesas relacionadas à compra dos produtos, remuneração dos colaboradores, manutenção e estrutura do site, aluguel e divulgação dos serviços oferecidos.

## 2.2 Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio:

Nos últimos anos, o mercado de produtos para pets expandiu, de acordo com dados divulgados pela ABINPET <sup>1</sup>(Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação), o Brasil ocupa a terceira posição no ranking global de faturamento no segmento pet, atrás apenas dos Estados Unidos e China, com crescimento aproximado de 10% no ano de 2024. Esse crescimento reflete a nova realidade dos lares brasileiros onde mais da metade possuem cães ou gatos. São cerca de 149,6 milhões de animais de estimação, segundo o censo do IPB <sup>2</sup>(Instituto Pet Brasil) e o aumento do número de famílias que consideram seus animais de estimação como membros importantes do lar contribuem para esse crescimento.

Analisando essa nova realidade a categoria Pet Food lidera em vendas com 79% das vendas gerando cerca de R\$ 36,4 bilhões em faturamento, seguida da categoria Pet Vet. (produtos veterinários) que representou 14% do faturamento no ano de 2023 gerando cerca de R\$ 6,87 bilhões e já os produtos Pet Care <sup>3</sup>(produtos de bem-estar e higiene) representam 7% do faturamento.

---

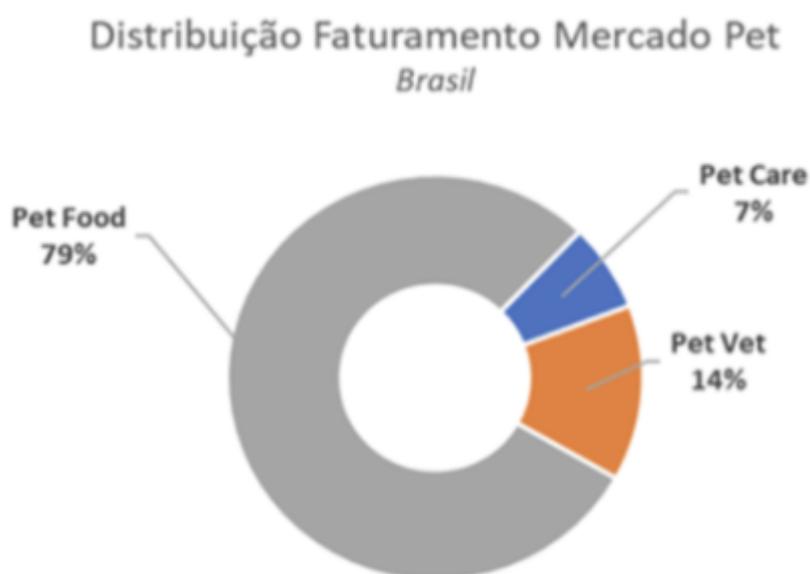
1 Disponível em: <https://abinpet.org.br/dados-de-mercado/> acesso em 15 de abril de 2024

2 <https://institutopetbrasil.com/fique-por-dentro/amor-pelos-animais-impulsiona-os-negocios-2-2/> acesso em 15 de abril de 2024

3 <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/mercado-pet-estudo-mostra-que-brasil-e-o-terceiro-pais-em-faturamento-dentro-da-categoria> acesso em 15 de abril de 2024

O mercado de vendas online cresceu durante a pandemia de 2020, com um crescimento de cerca de 130%<sup>4</sup>, mas mesmo com a retomada da vida cotidiana os consumidores se mantiveram compradores assíduos. A Figura 2 demonstra a distribuição do faturamento mercado pet.<sup>5</sup>

Figura 2 - Distribuição do Faturamento Mercado Pet



Fonte: Euromonitor Internacional, 2021

Nesse contexto, a criação de um site de venda de produtos voltados para saúde e bem-estar dos animais domésticos, se torna atrativo tendo em vista o grande potencial do mercado pet. A PetHealth irá oferecer uma grande variedade de produtos desde alimentação, brinquedos, vestuário e até medicamentos tendo como diferencial o controle de estoque automatizado e a gestão de medicamentos de uso contínuo,

4 Disponível em: <https://cognatis.com.br/estudo-sobre-mercado-pet-no-brasil/> acesso em 15 de abril de 2024

5 Disponível em: <https://cognatis.com.br/estudo-sobre-mercado-pet-no-brasil/> acesso em 15 de abril de 2024

que surge como uma ideia promissora capaz de atender às necessidades crescentes dos proprietários de animais de estimação de forma conveniente e eficiente.

Pensando no crescimento do mercado pet, estilo de vida e a mudança nos hábitos de compra da população, a empresa PetHealth foi idealizada com o propósito de facilitar a rotina de compras de produtos para pets, otimizando o tempo gasto e a gestão dos produtos necessários para o dia a dia dos animais através de entregas programadas, essa gestão será feita por meio de um formulário pré-determinado que o cliente irá preencher com informações do seu animal e serão cruzadas com uma base de dados que irá fornecer o padrão de consumo dos produtos mensais fazendo a sugestão de quais produtos ele pode colocar em sua cesta, com essas informações será montado um kit de consumo mensal para aquele animal, unindo uma base de dados com os hábitos de consumo do cliente, junto deles serão sugeridos produtos que possam aumentar o ticket médio dos clientes.

Aliado ao sistema de gestão e entrega programada de produtos, a PetHealth oferece um novo sistema de controle de medicamentos de uso contínuo ou de médio prazo (acima de 15 dias) para pets. O sistema consiste na gestão, separação e entrega de medicamentos de uso contínuo, com o acompanhamento de perto de uma equipe de farmacêuticos especializados em cuidados veterinários, garantindo que o tratamento médico seja seguido criteriosamente pelos tutores do animal, já que as entregas programadas garantem o abastecimento necessário para a não interrupção do tratamento, reduzindo riscos prejudiciais que a interrupção do tratamento possa vir a desencadear.

O sistema atuará em todas as frentes do processo, desde a recepção da receita veterinária, a análise de possíveis interações medicamentosas até a separação e entrega dos medicamentos, garantindo sempre o melhor para os tutores e animais.

O serviço da PetHealth não se limita apenas ao envio de caixas mensais, os pedidos podem variar de acordo com a necessidade do cliente. Além disso, qualquer pessoa que queira realizar uma compra convencional poderá usufruir de um atendimento online personalizado.

### **3 SUMÁRIO EXECUTIVO**

#### **3.1 Dados gerais do empreendimento**

A PetHealth terá sua sede no município de Santo André, região metropolitana de São Paulo. A empresa atuará no segmento de e-commerce e prestação de serviços farmacêuticos para animais de estimação, através de site, atuando na venda de produtos de alimentação, vestuários, acessórios, brinquedos e medicamentos.

#### **3.2 Dados dos empreendedores**

Luis Felipe Tribia Garbim será o empreendedor responsável e atuará como o Diretor da PetHealth. Com uma veia empreendedora Luis sempre se interessou pelo mercado pet e viu a PetHealth como uma oportunidade para atuar nesses ramos que sempre lhe interessou.

#### **3.3 Missão da empresa e valores organizacionais**

A missão da PetHealth é “proporcionar uma vida feliz e saudável para os pets e seus tutores, oferecendo produtos de qualidade, serviços personalizados promovendo cuidado e carinho”. Os valores da organização são: Compromisso com o bem-estar animal, Excelência no atendimento ao cliente, Inovação, Responsabilidade social, Paixão por animais.

### **3.4 Forma jurídica e enquadramento tributário**

A PetHealth iniciará suas atividades no modelo de Sociedade Limitada, recebendo aporte inicial para composição do capital de giro exclusivamente do sócio. A empresa será enquadrada no sistema Simples Nacional, que permite faturamento máximo de R\$ 4,8 milhões e a união do recolhimento de impostos como IRPJ, CSLL, PIS, COFINS em uma única guia, simplificando o processo além de possibilidade de menor tributação do que em relação aos regimes de Lucro Real ou Presumido. Vantagens no âmbito de recolhimentos trabalhistas também cooperam para a opção pelo Simples Nacional.

### **3.5 Capital Social e fonte de recursos**

O aporte inicial para início das operações será de R\$ 346.797,00 compondo os gastos com investimentos em CAPEX, operacionalização do site, estoques, marketing e capital de giro. Tendo o aporte realizado pelo sócio.

## 4 VIABILIDADE ESTRATÉGICA

### 4.1 Estudo do mercado-alvo (dados secundários)

O mercado Pet está em alta e com projeções de crescimento. Diversos fatores contribuem para esse crescimento, pode-se apontar a humanização dos animais, o aumento da renda per capita e a crescente penetração na internet como peças fundamentais nessa expansão de mercado.

Os dados divulgados em 2021/2022 pela ABINPET <sup>6</sup>(Associação Brasileira da Indústria de Produtos Para Animais de Estimação), apontavam que eram cerca de 167,6 milhões de pets nos lares brasileiros, realizando comparação direta com o ano anterior houve um crescimento médio de 3,6% na população de animais domésticos no Brasil. A Figura a 3 aponta a distribuição da população de animas no Brasil.

Figura 3 - População de Animais no Brasil



Fonte: Euromonitor/ABINPET

<sup>6</sup> Disponível em: [https://abinpet.org.br/wp-content/uploads/2024/03/abinpet\\_folder\\_dados\\_mercado\\_2024\\_draft2\\_web.pdf](https://abinpet.org.br/wp-content/uploads/2024/03/abinpet_folder_dados_mercado_2024_draft2_web.pdf) acesso em 15 de abril de 2024

O crescimento da população de animais domésticos no país também reflete nos números do mercado pet, apontando, de acordo com o Euromonitor<sup>7</sup>, o Brasil como 3º maior faturamento no mundo em 2022, ficando à frente de países como Alemanha, Reino Unido, Japão e França, esses números evidenciam o potencial desse mercado e como ainda há muito a se explorar. A figura 4 demonstra o faturamento mundial do mercado pet no ano de 2022.

Figura 4 - Faturamento Mundial 2022



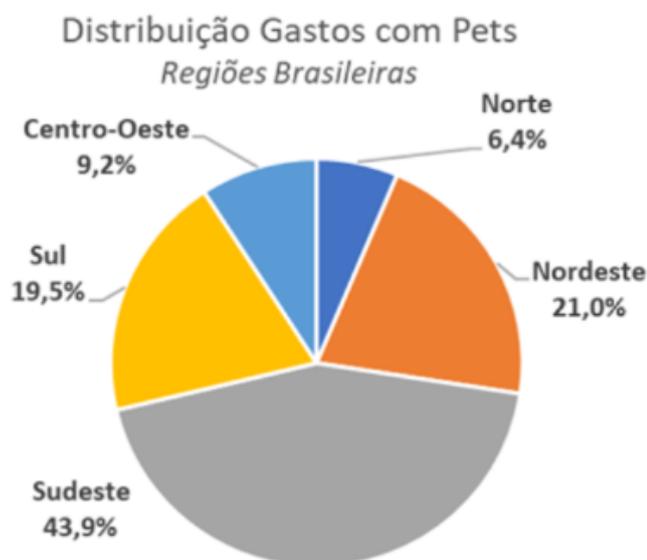
Fonte: Euromonitor Internacional, 2022

7 Disponível em: [https://abinpet.org.br/wp-content/uploads/2024/03/abinpet\\_folder\\_dados\\_mercado\\_2024\\_draft2\\_web.pdf](https://abinpet.org.br/wp-content/uploads/2024/03/abinpet_folder_dados_mercado_2024_draft2_web.pdf) acesso em 15 de abril de 2024

O Brasil por possuir dimensões continentais e uma população extremamente heterogênea possui gastos com pets não uniformes. Dados obtidos pela empresa de pesquisa de mercado Cognatis no ano de 2020 apontavam gastos mínimos com animais para as classes D/E mas em compensação as classes B e C concentravam o maior volume de gastos, e a classe A independente da região brasileira gasta de 3 a 4 vezes o que as classes B e C gastam, deixando claro que é fundamental o estudo de compreensão da classe social e que deve-se focar e oferecer o mix de produtos e serviços que estejam de acordo com as expectativas que a população das classes A, B e C gostariam de ter.<sup>8</sup>

Outra parte do estudo da Cognatis aponta a região sudeste como líder em gastos com pets por domicílio, sendo São Paulo o estado da região com o maior mercado 56,8% e sendo a região norte a com menor participação, observando esta análise fica evidente que o foco de divulgação seja realizado nas regiões sudeste, nordeste e sul. A Figura 5 demonstra a distribuição de gastos com Pets por região no Brasil.

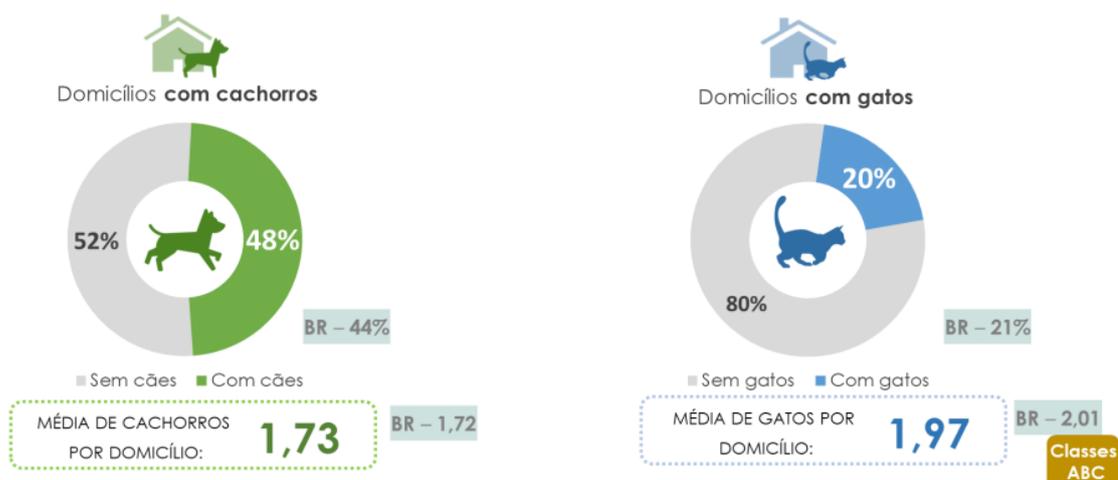
Figura 5 - Distribuição Gastos com Pets



Fonte: Cognatis, 2020

De acordo a Figura 6, os lares brasileiros e a quantidade de pet por domicílio, os cães lideram, estando presentes em 48% dos lares, segundo censo realizado pelo SINDAN (Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal).<sup>9</sup>

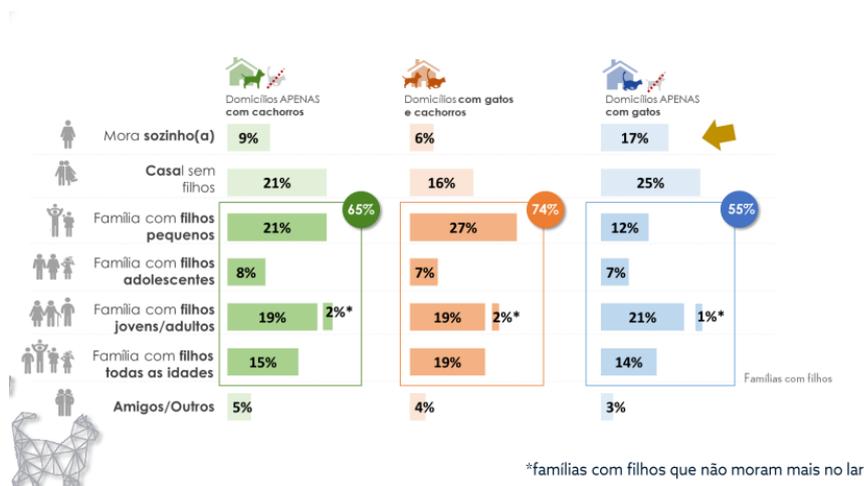
Figura 6 - Domicílios com Cães/Gatos



Fonte: SINDAN, 2020

As composições familiares são bem heterogêneas, mas os pets predominam em famílias com filhos, mostrando que muitas vezes os pets ajudam na composição do núcleo familiar.

Figura 7 - Composições Familiares

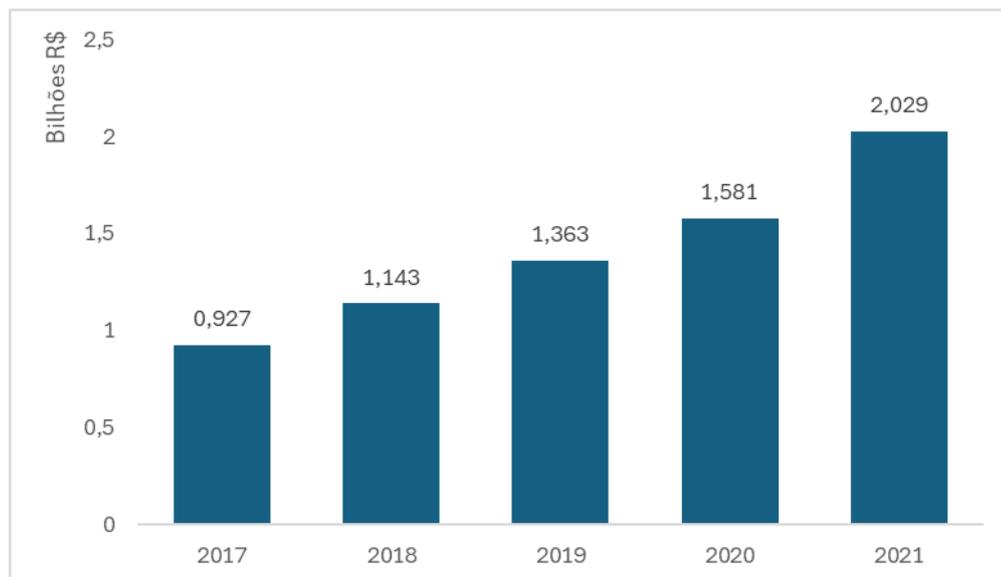


Fonte: SINDAN

9 Disponível em: <https://sindan.org.br/release/pesquisa-radar-pet-brasil-conta-com-a-segunda-maior-populacao-pet-do-mundo/> acesso em 15 de abril de 2024

Andando lado a lado com a proposta da PetHealth, está o mercado Pet Veterinário ou somente Pet Vet., a Figura 8 a seguir mostra que esse mercado teve um faturamento de R\$ 2,029 bilhões em 2021.

Figura 8 - Faturamento do mercado em 2021

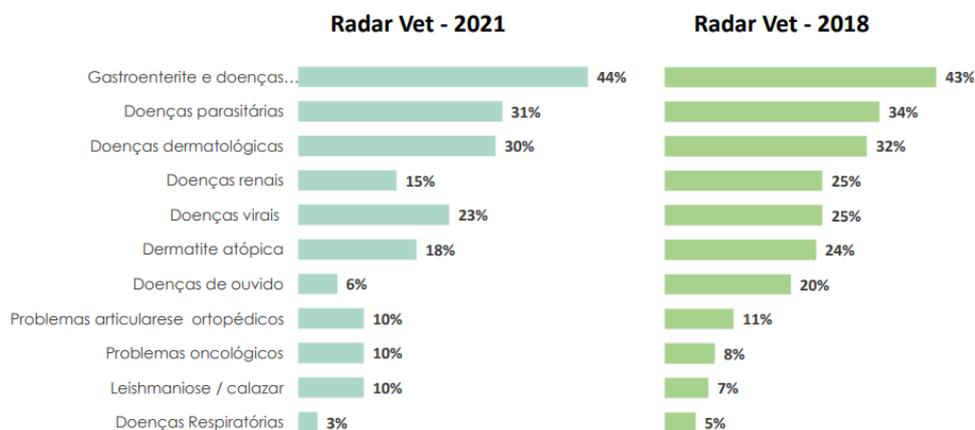


Fonte: SINDAN

Ainda com base no estudo de mercado elaborado pelo SINDAN, com cerca de 750 tutores, 74% afirmaram que durante a pandemia no ano de 2020 realizaram mais compras online e que cerca de 90% continuarão a realizar suas compras virtualmente, esses resultados reforçam que a compra online de medicamentos será tendência nos próximos anos.

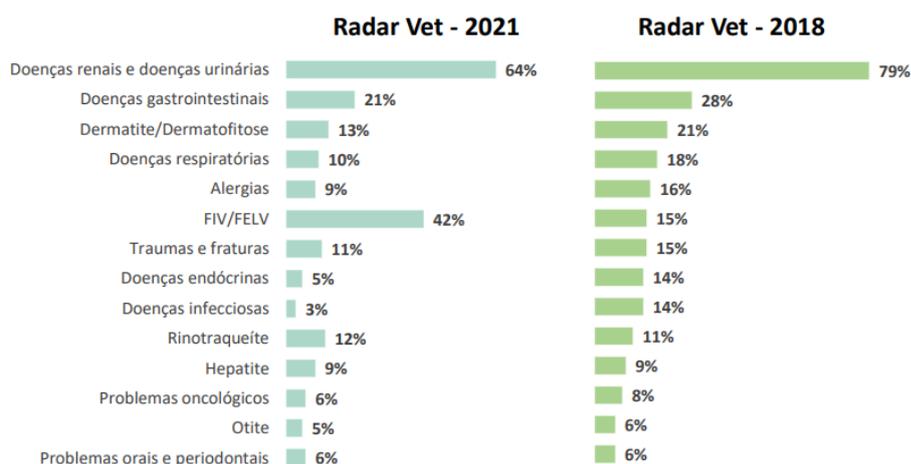
O Radar Vet. do SINDAN, sistema que analisa tendências de prescrições médicas veterinárias, juntamente com dados apontados pelos próprios veterinários, indica quais as doenças que mais levaram os pets para os consultórios e quais as medicações mais prescritas demonstrados nas Figuras 9, 10 e 11

Figura 9 - As principais doenças em cães



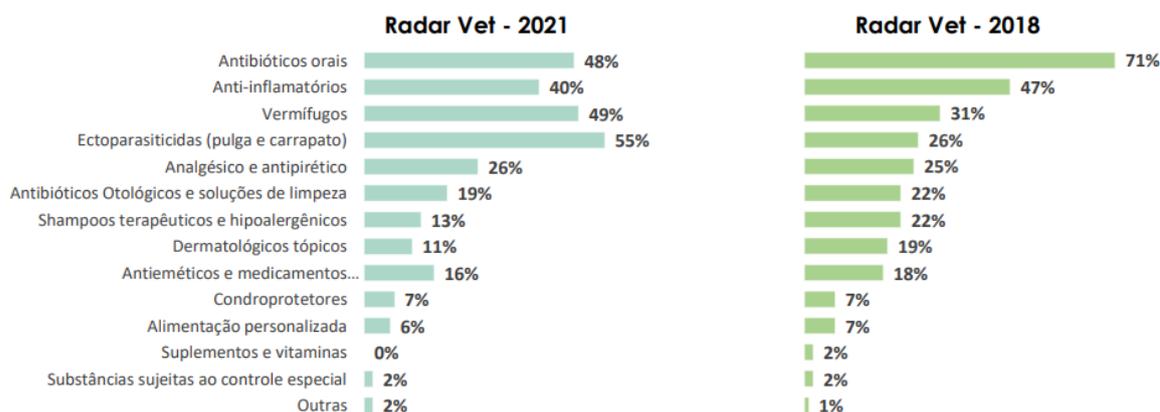
Fonte: Radar Vet. SINDAN

Figura 10 - As principais doenças em gatos



Fonte: Radar Vet. SINDAN

Figura 11 - Principais medicamentos utilizados para tratamento de animais

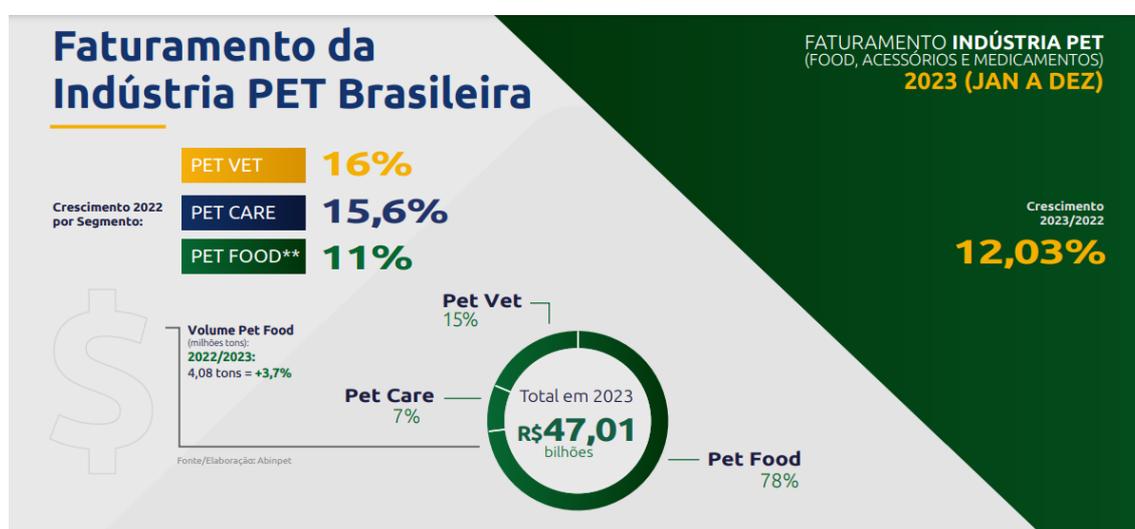


Fonte: Radar Vet. SINDAN

Doenças mais comuns nos animais e seus medicamentos para tratamento necessitam de acompanhamento contínuo e regular, e a PetHealth realizará a gestão correta dos medicamentos.

No ano de 2023 a indústria pet movimentou R\$ 47,01 bilhões, um crescimento de 12,03% em relação a 2022, como pode ser observado na Figura 12.

Figura 12 - Faturamento da indústria Pet Brasileira.



Fonte: ABINPET, 2023

Os números da indústria evidenciam o potencial de mercado somados ao levantamento realizado pelo IPB (Instituto Pet Brasil) com os números de vendas consolidados do 1º semestre de 2023, que a tendência de crescimento será de cerca de 200% no ano em relação a 2020 chegando a R\$ 4,6 bilhões contra R\$ 1,44 bilhões no mesmo período de 2020, neste cenário de crescimento os e-commerce especializados (aqueles que vendem somente pela internet) lideram as vendas em 2023, com participação em 42,5% no faturamento total<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Disponível em: <https://institutopetbrasil.com/fique-por-dentro/amor-pelos-animais-impulsiona-os-negocios/> acesso em 15 de abril de 2024

## 4.2 Estudo Clientes

### a) Identificação das características demográficas dos clientes

A entrega programada de alimentos e medicamentos para pet tem como público-alvo qualquer pessoa que tenha animais de estimação e busque pela comodidade de receber em suas residências os itens de necessidade contínua para seus pets, tendo como foco inicial a região metropolitana do estado de São Paulo.

Uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET)<sup>11</sup> em 2018, identificou que a quantidade de homens que são tutores de pet representa 50,2% e a quantidade de mulheres é de 49,8% da população nacional.

Quanto à faixa etária em pesquisa conduzida pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC)<sup>12</sup> em parceria com a empresa MeSeems, o resultado mostrou que se concentra na faixa entre 18 e 30 anos.

Em relação a renda, o estudo realizado pela ABINPET<sup>13</sup> mostra que às classes C, D ou E são responsáveis por 54,4% dos pets enquanto a classe B e A pelos outros 45,6%. Sendo B e A as que mais investem na saúde de seus pets, sendo eles o principal alvo da PetHealth.

### b) Identificação dos motivos que levam os clientes a consumirem os produtos ou serviços da empresa

O modelo dos cinco estágios de decisão de compra de Kotler e Keller (2012) descreve o processo pelo qual os consumidores percorrem ao tomar decisões para

---

11 Disponível em: <https://www.mypetbrasil.com/blog/numeros/quatro-dados-que-apontam-quem-e-o-tipico-consumidor-pet/#:~:text=Quanto%20ao%20perfil%20dos%20tutores,mulheres%2C%2049%2C8%25>, acesso em 15 de abril de 2024

12 Disponível em: <https://www.mypetbrasil.com/blog/numeros/quatro-dados-que-apontam-quem-e-o-tipico-consumidor-pet/#:~:text=Quanto%20ao%20perfil%20dos%20tutores,mulheres%2C%2049%2C8%25>, acesso em 15 de abril de 2024

13 Disponível em: <https://www.mypetbrasil.com/blog/numeros/quatro-dados-que-apontam-quem-e-o-tipico-consumidor-pet/#:~:text=Quanto%20ao%20perfil%20dos%20tutores,mulheres%2C%2049%2C8%25>, acesso em 15 de abril de 2024

adquirir produtos ou serviços. Neste contexto é necessário examinar como esse modelo favorece à decisão de compra dos clientes.

### **c) Reconhecimento do Problema**

Na primeira etapa os donos de pets reconhecem a necessidade de produtos para alimentação e cuidados de saúde de seu pet. Isso ocorre em momentos que percebem que estão ficando sem produtos essenciais de alimentação ou quando precisam de medicamento de uso contínuo para tratar de situações específicas de seus animais, com isso será enviada uma mensagem via e-mail, WhatsApp e outros canais lembrando que está na hora de consumir os produtos para seu pet, estratégias de marketing também são muito importantes para o cliente se manter ativo.

### **d) Busca de Informações**

Depois da identificação da necessidade os donos de pet começam a buscar informações sobre produtos e serviços disponíveis para atender suas necessidades, realizando pesquisas online, consultas no veterinário, lendo avaliação de outros clientes e comparando as diferentes opções de mercado para garantir os melhores produtos com os melhores preços.

### **e) Avaliação de Alternativas**

Os donos começam a avaliar as diferentes alternativas de produtos disponíveis no mercado, comparando marcas, ingredientes, preços, políticas de entrega ou outras características relevantes na tomada de decisão.

### **f) Decisão de Compra**

Depois de avaliar as alternativas, a decisão de compra é tomada. Os produtos que atendem às suas expectativas e as necessidades de seu pet são os escolhidos, e nesse momento a opção por entrega regulares de produtos e a gestão de medicamentos se torna conveniente.

### **g) Comportamento Pós-compra**

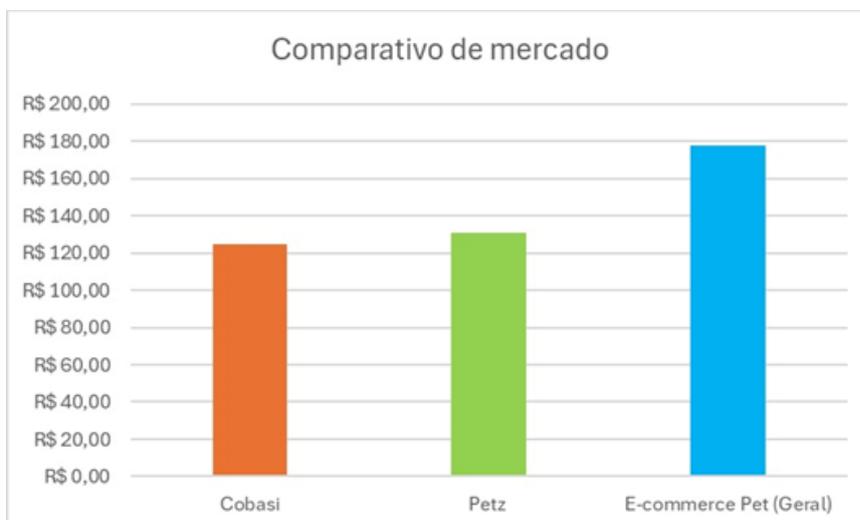
Após a compra as avaliações de expectativas são feitas, onde é observado se os produtos atendem em termos de qualidade, e conveniência da entrega, e nesse momento eles optam pela continuidade ou não da assinatura do serviço com base em suas experiências anteriores e na satisfação com os produtos recebidos.

## **4.3 Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (2004):**

### **a) Rivalidade entre concorrentes**

Existem poucas empresas que realizam o serviço de entrega programada, é um mercado dinâmico e em constante evolução onde o casual ainda é a venda em lojas físicas em sua maior parte e lojas online começando a ganhar foco. Na Figura 13, é apresentada uma análise de preços conduzida pelos autores, comparando dois concorrentes, que funcionam como pontos físicos de venda. A pesquisa foi realizada nos concorrentes através da montagem de uma cesta de compras contendo produtos necessários para alimentação e cuidado dos animais, com isso foi possível estabelecer o ticket médio de compra dos clientes dentro dos dois maiores players do mercado com o ambiente geral do e-commerce focados na venda online de produtos pets.

Figura 13 - Comparativo de ticket médio no e-commerce do mercado Pet no Brasil.



Fonte: Autoria própria, 2024.

Analisando o gráfico, verifica-se que o ticket médio de dois dos maiores players, sendo os que possuem o maior share de mercado, gira em torno de R\$130,00, ambos possuem um grande leque de produtos incluindo alimentos, brinquedos, acessórios, remédios e itens para higiene, localizados em pontos de vendas físicos.

#### **b) Poder de barganha dos fornecedores**

Os fornecedores no mundo pet possuem várias vantagens que lhes conferem uma posição forte nas negociações. Em primeiro lugar a indústria pet é altamente especializada e requer materiais específicos, como alimentos, remédios, acessórios e produtos de higiene, que não podem ser facilmente substituídos, o que dá aos fornecedores uma vantagem. Além disso, a concentração de poder entre os principais fornecedores também contribui para seu poder de barganha. Diante desse cenário, o poder de barganha dos fornecedores no mundo pet deve ser considerado significativo, mas não insuperável.

#### **c) Poder de barganha dos consumidores**

Os consumidores desempenham um papel fundamental, exercendo um considerável poder de barganha tendo em vista uma série de fatores que refletem as tendências sociais, econômicas e emocionais em torno dos animais de estimação.

O poder de barganha para os consumidores dentro do mercado pet é alto, pois existem muitas opções diferentes de compra.

#### **d) Ameaça de novos entrantes**

Os players estabelecidos no mercado pet possuem uma vantagem significativa que ajuda a mitigar o impacto de novos entrantes, tendo em vista a lealdade dos consumidores a marcas estabelecidas, o reconhecimento da marca e redes de distribuição consolidadas. Esse cenário faz com que a entrada de novos players seja difícil, sendo necessário inovação e diferenciação por parte da empresa.

#### **Inovação disruptiva**

A empresa pode destacar como sua abordagem inovadora é única e capaz de atender às necessidades dos consumidores de uma maneira que os players estabelecidos não conseguem. O processo de personalização de compra dos clientes aliado à gestão individual dos medicamentos traz a abordagem do cuidado e proximidade com o cliente. A inclusão de tecnologias e análises de dados que os clientes fornecem torna o processo de compra inovador e diferenciado, oferecendo conveniência, esse modelo de negócio pode facilitar a vida dos donos de pets.

#### **Experiência do cliente excepcional**

A empresa pode se comprometer com um atendimento ao cliente excepcional, oferecendo um serviço personalizado e uma experiência de compra memorável que conquiste os consumidores, mesmo em um mercado dominado por marcas estabelecidas.

#### **Estratégias de marketing criativas**

A empresa pode investir em estratégias de marketing criativas e eficazes para aumentar o reconhecimento da marca e conquistar a confiança dos consumidores, mesmo em um mercado competitivo.

#### **Parcerias estratégicas**

A empresa pode buscar parcerias estratégicas com outras empresas ou influenciadores do setor para ampliar seu alcance e credibilidade no mercado.

### **e) Ameaça de substitutos**

Os substitutos para o serviço de entrega programada são os pequenos players de mercado que podem vir a utilizar o sistema de entrega e então atingirem o mesmo público buscado pela PetHealth, no entanto não se pode deixar de analisar petshops de médio porte pois estes possuem um público estabelecida com poder de compra. O mais importante para a empresa é a personalização e diversificação dos produtos, realizando a gestão dos pets com atendimento especializado e humanizado, focando na resolução de problemas e com as dúvidas.

## **4.4 Pesquisa de Campo**

Kotler e Keller (2006) definem o marketing como “A ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um público-alvo com lucro”. Um dos principais meios para avaliar se um produto ou serviço será bem recebido pelo público é por meio de uma pesquisa de campo, de acordo com Kotler e Keller “Pesquisa de Marketing”.

Segundo Kotler e Keller “Pesquisa de Marketing representa o planejamento, a coleta, a análise e a apresentação sistemática de dados e descobertas relevantes sobre uma situação específica de marketing enfrentada por uma empresa”. As pesquisas são fundamentais para auxiliar no desenvolvimento e aperfeiçoamento de um serviço ou produto.

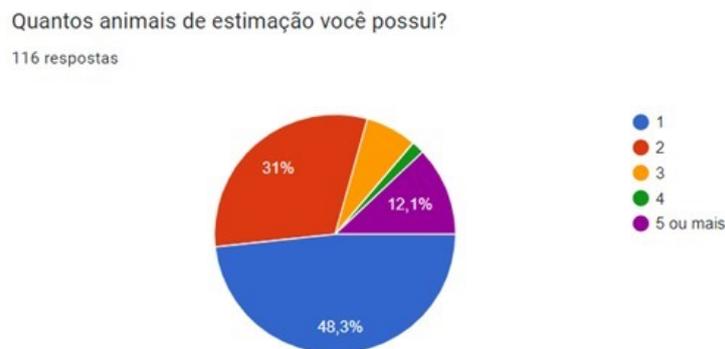
Com o intuito de avaliar a aceitação e potenciais clientes do serviço de gestão de medicamentos para pets, foi realizada uma pesquisa, com questões de bases qualitativas e quantitativas.

Os critérios para participação da pesquisa exigiam que os participantes fossem tutores de animais de estimação. A avaliação e coleta dos dados ocorreu por meio do Google Forms no período de 15 de março de 2024 a 24 de março de 2024, contando com 116 respondentes.

Abaixo estão os resultados provenientes da pesquisa, separados por cada uma das 16 questões:

No Gráfico 1 é possível observar que, entre os respondentes 48,3% possui 1 animal de estimação, seguido por aqueles que possuem 2 animais (31%). Uma pequena parte dos respondentes possui 3 ou mais animais.

Gráfico 1



Fonte: Autoria própria, 2024.

De acordo com os dados apresentados no gráfico 2 observa-se que 69% dos respondentes possuem cachorros como animal de estimação, seguido de gatos com 35,3% e pássaros com 10,3%, isso mostra que os cachorros são os animais de estimação mais populares entre os respondentes sendo quase o dobro em relação aos gatos.

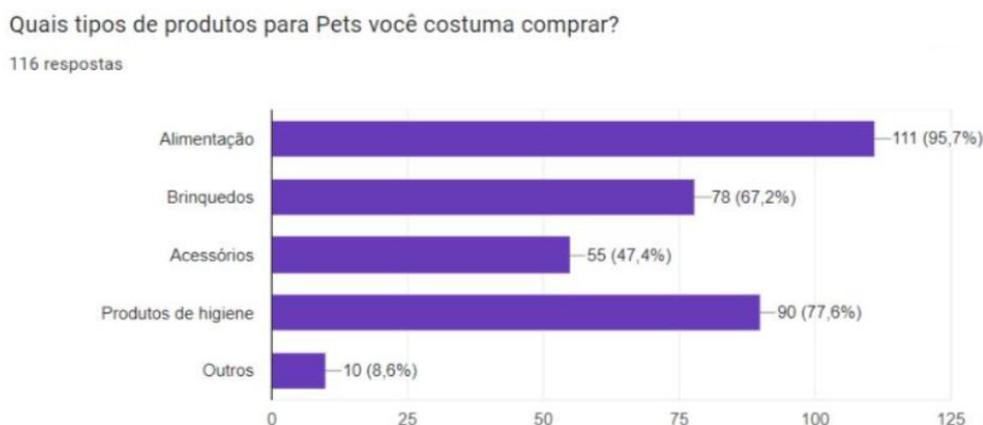
Gráfico 2



Fonte: Autoria própria, 2024.

Observando o gráfico 3, é possível verificar que produtos de alimentação são os mais comprados pelos respondentes, representando 95,7%. Seguido dos produtos de higiene com 77,6%. De acordo com os resultados o foco principal das vendas e ofertas do serviço de assinatura deve ser nos itens de alimentação focando em linhas de alta qualidade. Os produtos de higiene também seguirão como uma categoria importante, que também deve ter investimentos para atender as diversas necessidades dos animais. A linha de brinquedos e acessórios apesar de possuir pouca parcela entre os respondentes também deve ser incluída como uma linha complementar para eventualmente aumentar o ticket médio das compras efetuadas ou até mesmo como um atrativo no serviço de compra programada.

Gráfico 3

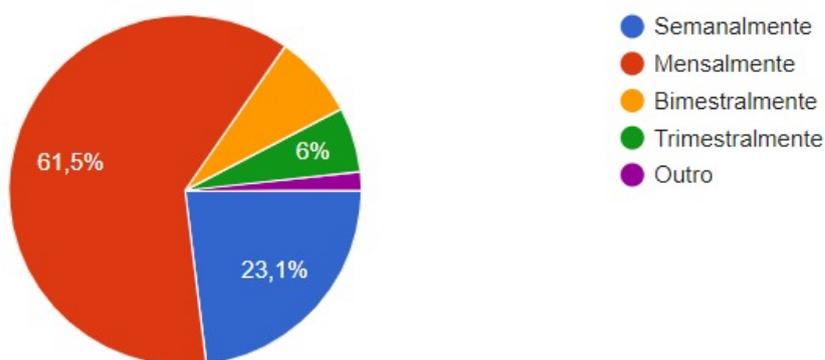


Fonte: Autoria própria, 2024.

O gráfico 4 aponta a frequência de compra mensal. A mais praticada pelos respondentes, correspondendo a 61,2%, são as compras mensais, seguida das compras semanais, com 23,3%. Esse resultado evidencia que a oferta de um serviço de assinatura ofertando os itens mensalmente para os clientes será bem aceito e existe potencial de conversão de clientes que hoje realizam suas compras semanalmente, oferecendo promoções e descontos para que eles migrem para o serviço de compra programada.

Gráfico 4

Com que frequência você compra produtos/alimento para o seu Pet?



Fonte: Autoria própria, 2024

O gráfico 5 aponta quais os fatores que mais influenciam as pessoas no momento da compra, e qualidade lidera a pesquisa com 82,8%, seguido de preço com 57,8%. A qualidade dos produtos sendo o principal fato de escolha no momento da compra evidencia que os produtos ofertados deverão possuir além de preços competitivos boa aceitação de mercado, nesse momento que as parceiras estratégicas com os fornecedores será um diferencial.

Gráfico 5



Fonte: Autoria própria, 2024

Para tratar do outro diferencial de mercado ofertado pela PetHealth, o gráfico 6 levantou informações sobre qual a porcentagem dos respondentes que possuem animais de estimação em uso de medicamentos contínuos e trouxe um resultado que 28,4% fazem uso, esse número mostra que existe uma parcela de mercado que pode ser explorado com o Programa de Gestão de Medicamentos que a PetHealth irá oferecer tornando o processo de compra e gestão mais tranquilo para os tutores dos animais.

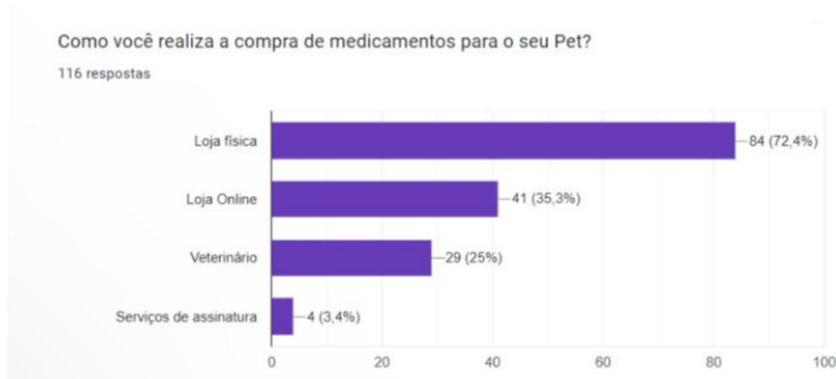
Gráfico 6



Fonte: Autoria própria, 2024

No gráfico 7, o modelo de compra de medicamentos para pets se concentra em lojas físicas com 72,4%, mostrando que um dos fatores que possam influenciar as pessoas a comprarem em lojas físicas é a necessidade de ver o medicamento pessoalmente, a confiança no lojista e a necessidade de orientação de uso. No entanto 35,3% dos respondentes apontaram as lojas online, mostrando um indicativo de que esse tipo de compra vem crescendo isso se deve a comodidade, variedade e preços competitivos, essa fatia de clientes se tornam potenciais para assinatura do Programa de Gestão de Medicamentos.

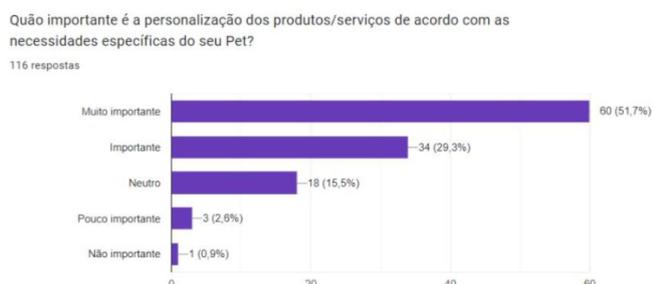
Gráfico 7



Fonte: Autoria própria, 2024

O gráfico 8 demonstra que a personalização de produtos e serviços é um fator importante para a maioria dos respondentes com 51,7%, o crescimento do mercado pet com os consumidores buscando cada vez mais produtos e serviços personalizados que atendam as necessidades específicas dos seus animais de estimação.

Gráfico 8



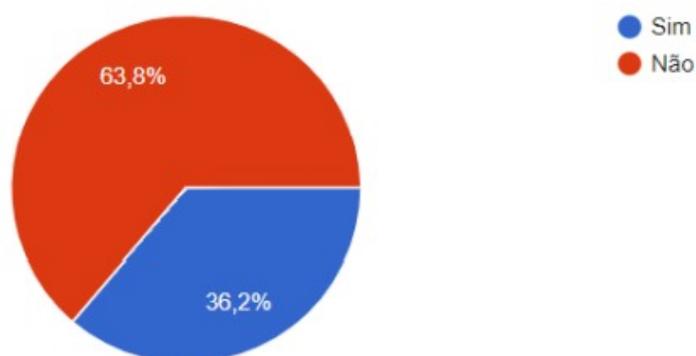
Fonte: Autoria própria, 2024

A participação em programas de fidelidade foi pesquisada e o gráfico 9 mostrou que 36,2% dos respondentes participam de algum programa de fidelidade, o que deixa claro que a oferta de programas de fidelidade e o serviço de assinatura poderão ter alta aceitação entre os clientes e sendo ofertadas de maneira precisa serão atraídos novos clientes.

Gráfico 9

Você participa/participou de programas de fidelidade ou recebeu benefícios por ser cliente regular da empresa de produtos para Pets?

116 respostas



Fonte: Autoria própria, 2024

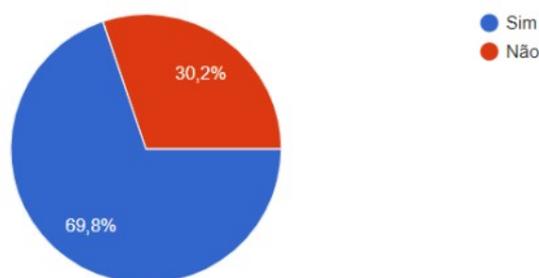
O Gráfico 10 aponta que 69,8% dos respondentes possuem interesse em serviços de entrega programada de produtos, o que aponta a possibilidade de

fidelização dos clientes, evidenciando para esses potenciais clientes os principais benefícios que eles terão, como comodidade, economia e planejamento.

Gráfico 10

Tem interesse em serviços de entrega programada de produtos/alimentação e medicamentos?

116 respostas



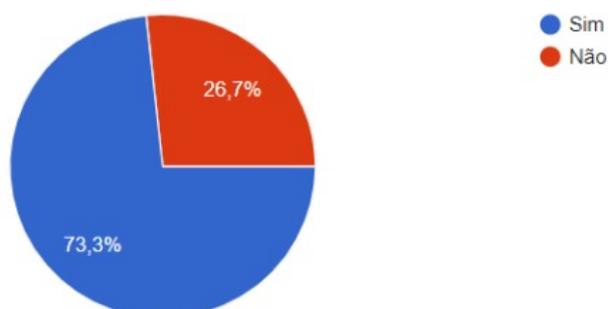
Fonte: Autoria própria, 2024

O Gráfico 11 mostra que a maioria dos respondentes (73,3%) possui interesse em assinar um serviço de entrega programada, desses potenciais clientes, como já apontado anteriormente, a maioria dos respondentes são tutores de cachorros seguidos de gatos, isso demonstra que esses segmentos de clientes possuem grande potencial para os serviços de assinatura mantendo a segmentação para atender as necessidades específicas de cada grupo.

Gráfico 11

Você consideraria assinar um serviço de entrega programada para garantir o abastecimento regular de produtos para seu Pet?

116 respostas



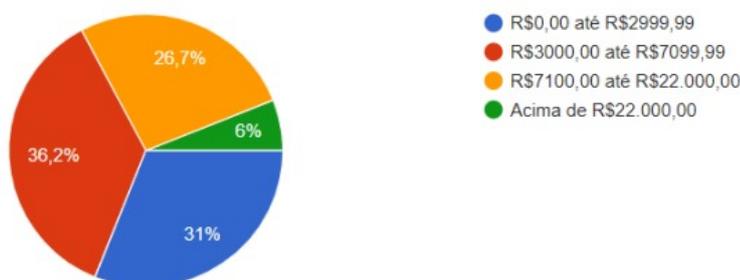
Fonte: Autoria própria, 2024

A análise de renda no gráfico 12 mostrou o perfil dos respondentes que se encontram na maioria nas classes B e C, indicando que os serviços de assinatura possuem um grande potencial para atender esse público, que busca comodidade e praticidade.

Gráfico 12

Qual sua renda mensal?

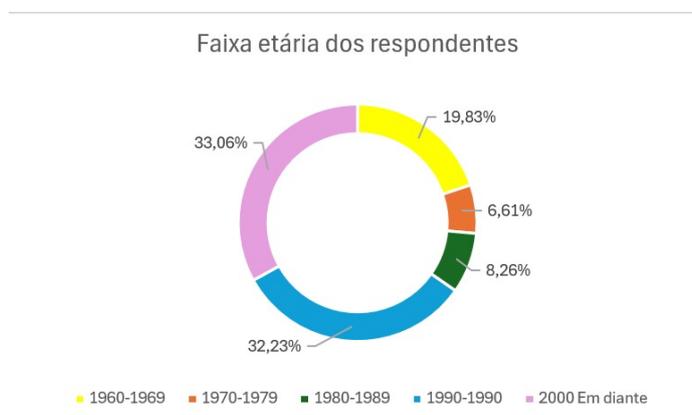
116 respostas



Fonte: Autoria própria, 2024

O perfil de idade dos respondentes foi analisado no gráfico 13 apontando os jovens e adultos na faixa de 18 a 35 anos como maioria, com esse grupo de respondentes podemos analisar que o perfil dos entrevistados nessa faixa etária busca por serviços de assinatura com uma boa relação custo-benefício, mas sem esquecer dos potenciais clientes sêniores que estão em busca de produtos de qualidade e serviços diferenciados.

Gráfico 13



Fonte: Autoria própria, 2024

A análise é que se deve ofertar serviços com diferentes preços e produtos para atender os segmentos de clientes que foi levantado pela pesquisa. Existe uma demanda pelos serviços de assinatura de produtos para pet que pode ser explorada.

#### **4.5 Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica**

Embora o mercado brasileiro de produtos para animais de estimação já esteja consolidado, continua crescendo e possui grande potencial para desenvolver serviços inovadores. À medida que as pessoas se preocupam mais com a saúde dos seus animais de estimação, a procura por soluções personalizadas e práticas aumenta.

As regiões sudeste e nordeste estão entre os principais mercados deste setor, com a alta concentração de gastos com pet e alta atividade econômica. O superaquecimento do mercado e a franca expansão apontam que os donos de animais estão dispostos a investir em produtos que proporcionem conforto e atendam às necessidades específicas de seus animais de estimação.

A análise de mercado mostra que embora existam vários concorrentes de produtos para animais de estimação, a oferta de medicamentos personalizados continua limitada, sendo essa uma oportunidade para empresas que buscam se diferenciar e ganhar participação neste mercado em crescimento.

A falta de barreiras significativas à entrada no mercado é ao mesmo tempo um desafio e uma oportunidade. Ao adotar uma estratégia de fornecimento de medicamentos personalizados com base nos hábitos de compra dos clientes, a empresa pode criar uma posição única e fidelizar o consumidor.

Considerando esses pontos, a ideia de uma empresa vender produtos para animais de estimação e focar em medicamentos personalizados de acordo com os hábitos de compra dos clientes parece promissora e estrategicamente viável. Ao atender à crescente demanda por produtos personalizados e práticos para animais de estimação, a empresa pode obter uma vantagem competitiva significativa e estabelecer uma posição forte no mercado.

## 5 VIABILIDADE OPERACIONAL

### 5.1 Plano Operacional.

#### a) Máquinas e equipamentos necessários para produção

As máquinas e equipamentos utilizados para produção serão focados e divididos em algumas partes, sendo elas, o centro de distribuição, o e-commerce e a equipe especializada em veterinária.

Para o e-commerce será necessário uma equipe de tecnologia da informação para montagem do site, onde o principal intuito é deixar para o cliente o mais preparado possível para que a assinatura seja feita de maneira segura, além disso eles serão responsáveis por analisar e sintetizar os dados fornecidos pelos clientes para então armazenar dentro do banco de dados onde a equipe de veterinária será responsável por analisar e separar os principais produtos que o pet deverá receber, tanto em relação a alimentação quanto aos principais medicamentos, a equipe de saúde ainda será responsável por fornecer aos tutores materiais de instruções quanto ao uso médico e alimentício dos produtos.

No centro de distribuição ficarão armazenadas as mercadorias provenientes dos fornecedores, para que a entrega seja realizada da maneira mais rápida possível oferecendo confiabilidade ao cliente. A organização do estoque se dará em prateleiras onde ficarão armazenados os produtos com uso de mão de obra para a etiquetagem dos produtos.

Sendo assim o processo será formado por estas áreas, cadastro do pet e fornecimento de informações pelos clientes através do site, a equipe de tecnologia da informação irá sintetizar os dados e gerar os pedidos de clientes com pacotes de assinatura contratados, conforme a assinatura a equipe de veterinária irá preparar e realizar os pedidos que contenham medicamentos, e dentro do centro de distribuição serão separados e distribuídos e enviar através de empresas de logísticas

terceirizada. Clientes com compra avulsa terão os pedidos preparados diretamente pela equipe de separação e distribuídos às empresas logísticas para entrega.

#### **b) Projeção de capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços**

Serão necessários pelo menos 11 funcionários para que a empresa consiga funcionar (detalhado no organograma feito na Projeção de colaboradores).

Com a logística de entrega a domicílios será possível realizar diversos pedidos durante o dia. A jornada de trabalho dos funcionários será de 9 horas por dia visando o melhor atendimento aos clientes. O centro de distribuição terá capacidade para 1 tonelada e meia de produtos.

#### **c) Principais fornecedores**

Para um e-commerce de pet shop que também vende produtos farmacêuticos para animais, os principais fornecedores podem incluir uma variedade de empresas especializadas em diferentes áreas.

#### **Distribuidores de produtos pet, farmacêuticos, higiene e brinquedos**

Parceria com distribuidores que fornecem uma ampla gama de produtos para animais de estimação, incluindo alimentos, acessórios, higiene, brinquedos e produtos farmacêuticos, suplementos.

#### **Parceiro de Tecnologia**

Plataforma Shopify de e-commerce, fornecendo a estrutura do site, gestão do estoque online, gestão de vendas e integração com plataformas de pagamento.

#### **Parceiro Logístico**

Os principais parceiros logísticos serão Loggi, DHL e Correios.

### **g) Plano Logístico e de Distribuição**

A base operacional da empresa será estrategicamente estabelecida na cidade de Santo André, devido aos seguintes motivos:

**Valor do imóvel para armazenamento dos equipamentos:** Em comparação com outras localidades, como São Paulo, foi possível encontrar um custo menor de aluguel para galpões próximos a vias de grande circulação, facilitando o planejamento logístico.

**Estímulos do governo:** A prefeitura oferece diversos incentivos para novos e pequenos negócios, destacando-se um projeto de lei que propõe a concessão de incentivos e benefícios fiscais, como créditos compensatórios, isenções e descontos em impostos como o ITBI, IPTU, taxas e emolumentos.

**Oferta de crédito:** A empresa Sicredi possui uma parceria com a prefeitura de Santo André que oferece condições especiais de crédito para empresas estabelecidas na cidade, o que pode ser útil em um futuro plano de expansão.

Para o plano logístico e de distribuição é essencial garantir eficiência e rapidez na entrega, além de cuidados especiais com produtos sensíveis, como medicamentos.

## **5.2 Estimativa de gastos plano operacional.**

Inicialmente, está previsto um investimento de R\$100.000,00 em estoque para o centro de distribuição, englobando produtos alimentícios e farmacêuticos para animais, com base nas projeções iniciais de vendas.

No que diz respeito aos custos fixos, a sede da PetHealth será estabelecida em Santo André, ocupando um galpão de 196m<sup>2</sup> com um aluguel mensal de R\$7.000,00. Para as operações de entrega, o serviço terceirizado, com um custo repassado ao cliente no momento da compra.

Está previsto o custo de R\$ 58.000,00 para compra de prateleiras para armazenagem dos produtos e aquisição de móveis e computadores para as áreas administrativas.

Adicionalmente, a PetHealth planeja ter um custo variável relacionado às embalagens dos produtos destinados à entrega, variando conforme o tamanho das embalagens e volume de vendas, o que será gerido de acordo com a previsão de demanda com a manutenção de uma quantidade mínima para operação se manter em caso de atraso por parte dos fornecedores e atuando diretamente com mais de um parceiro evitando desabastecimento de embalagens. Todos os custos com embalagens de transporte serão repassados aos clientes no preço dos produtos.

Por fim, os custos com internet, água e eletricidade do centro de distribuição totalizam R\$500,00. Estes custos fixos são essenciais para a operação diária da empresa e contribuem para sua infraestrutura básica. Os custos com o sistema de vendas online e gestão de estoque será de R\$ 97,00 mensais. Será utilizada um sistema de gestão de sites pré-editado, tornando a personalização do site menos custosa e de fácil utilização.

### **5.3 Análise e diagnóstico da viabilidade operacional.**

A decisão de estabelecer a PetHealth, com base nos custos estimados apresentados, é um investimento sólido e justificado.

Os custos variáveis, são essenciais para garantir uma operação eficiente e ágil. O investimento inicial em estoque demonstra o compromisso em fornecer uma ampla gama de produtos alimentícios e farmacêuticos para pets, atendendo às necessidades dos clientes e mantendo a competitividade no mercado.

Em relação aos custos fixos a terceirização dos serviços logísticos para as entregas é uma escolha estratégica que permite à PetHealth concentrar-se em seu núcleo de negócios, enquanto confia em especialistas para garantir a eficiência e a

confiabilidade das operações de entrega. É possível presumir que este investimento resultará em economia de tempo e recursos, além de garantir um serviço de alta qualidade aos clientes.

O custo das embalagens para a entrega dos produtos reflete o compromisso da PetHealth com a apresentação e a segurança dos produtos fornecidos aos clientes. Essa despesa é essencial para garantir que os produtos cheguem aos clientes de forma intacta e profissional, agregando valor à experiência do cliente e fortalecendo a reputação da empresa.

Por fim, os custos com internet, água e eletricidade são investimentos básicos que sustentam as operações diárias da PetHealth. Esses serviços são essenciais para garantir a conectividade, a higiene e o funcionamento adequado das instalações da empresa.

Em resumo, os custos estimados para a construção da PetHealth são investimentos estratégicos que refletem um compromisso sério com a qualidade, a eficiência e a sustentabilidade do negócio. A PetHealth está posicionada para se tornar uma líder no mercado de produtos e serviços para animais de estimação, oferecendo valor vantajoso aos clientes e projetando um crescimento sustentável a longo prazo.

## 6 VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

### 6.1 Plano de Marketing

#### a) Produtos e Serviços

A empresa oferecerá gama abrangente de serviços de gestão de insumos para animais de estimação. São eles: (1) Administração de medicamentos, (2) alimentos, produtos de higiene, brinquedos etc.

A ideia é que a empresa irá cuidar de todo processo, desde a separação dos produtos que se encaixam no preço e qualidade desejada, até o recebimento na casa do cliente, na periodicidade programada, para que os clientes não precisem se preocupar com a falta de medicamentos e insumos vitais na vida do seu animal.

A administração de medicamentos controlados será realizada e seguida pela PetHealth a partir da decisão do veterinário sobre o tratamento do animal de estimação, ou seja, a empresa administrará a gestão no tempo e quantidade indicada do envio de medicamentos e insumos hospitalares que fará parte do tratamento do animal.

O envio de periféricos como: Alimentos, produtos de higiene, brinquedos, petiscos fará parte da gestão da PetHealth, ou seja, a empresa mandará os periféricos na periodicidade em que foi determinada pela necessidade do animal.

Os planos de assinatura oferecidos serão divididos em três categorias:

**Basic:** Entrega programada de produtos essenciais e diários como ração, medicamentos, produtos de higiene e descontos em uma seleção específica de produtos.

**Silver:** Entrega programada dos itens do plano anterior com a adição de itens como petisco e brinquedos e a adição da gestão personalizada dos produtos adaptadas a necessidade individual dos animais. Aumento na lista de produtos com desconto.

**Gold:** Todos os itens dos planos anteriores mais a adição da gestão personalizada dos produtos adaptadas a necessidade individual dos animais. Descontos exclusivos nos itens das linhas premium. Gestão dos medicamentos com separação e monitoramento pela equipe veterinária além de atendimento personalizado para tirar dúvidas na administração ou posologia dos medicamentos.

### **b) Matriz BCG**

A Matriz BCG oferece uma perspectiva sobre os diferentes serviços oferecidos pela empresa e será apresentada na Figura 14.

**Estrelas:** Serviço de entrega programada de medicamentos para pets: Este serviço possui uma alta participação de mercado e está experimentando um crescimento significativo devido à crescente preocupação com a saúde dos animais de estimação.

**Serviço de entrega programada de alimentos premium para pets:** Com a tendência crescente de proprietários de pets investindo em alimentos de alta qualidade, esse serviço está conquistando uma fatia considerável do mercado e continuará a crescer.

**Vacas Leiteiras:** Serviço de entrega programada de insumos hospitalares para pets: Embora tenha uma participação estável no mercado, a demanda por insumos hospitalares para pets tende a permanecer consistente ao longo do tempo, proporcionando um fluxo de receita estável para a empresa.

**Interrogações:** Serviço de entrega programada de periféricos e acessórios para pets: Esse serviço possui uma participação de mercado incerta e está sujeito a flutuações devido à natureza variável da demanda por acessórios para pets. Requer mais análise para determinar seu potencial de crescimento e rentabilidade.

**Abacaxis:** Nenhuma oferta nesta categoria: Todos os serviços oferecidos pela empresa estão gerando valor ou potencial de crescimento, não apresentando sinais de declínio ou desinvestimento.

Figura 14 - Matriz BCG



Fonte: Autoria própria, 2024

### c) MVP

O MVP do serviço deve apresentar a proposta de valor essencial, que consiste na administração dos produtos necessários para o cotidiano dos animais, empregando recursos mínimos que enfatizam a qualidade e a confiabilidade.

Para viabilizar a operação comercial, é imprescindível contar com uma base inicial de clientes dispostos a avaliar o serviço oferecido, fornecendo feedback para aprimoramentos necessários. Esse público pode ser alcançado por meio de parcerias com clínicas veterinárias e presença em redes sociais como Instagram e Facebook. Os recursos necessários para a implementação do MVP serão disponibilizados por meio de um site dedicado através de uma planilha de acompanhamento para que cada cliente individualmente consiga acompanhar a gestão de medicamento a ser feita para seu pet.

#### **d) Preço**

A plataforma oferecerá uma variedade de planos cuidadosamente elaborados para atender às necessidades específicas dos tutores e de seus animais de estimação. Desde soluções básicas até pacotes Gold, a empresa se dedica a proporcionar qualidade e tranquilidade aos tutores de animais.

Os planos serão disponibilizados em modalidades mensais e anuais, conforme abaixo:

Anuidade:

Plano Basic: R\$ 199,00 por ano

Plano Silver: R\$ 299,00 por ano

Plano Gold: R\$ 399,00 por ano

Mensalidade:

Plano Basic: R\$ 49,90 por mês

Plano Silver: R\$ 59,90 por mês

Plano Gold: R\$ 69,90 por mês

#### **e) Promoção**

A PetHealth oferecerá diversos tipos de benefícios para os clientes através de estratégias distintas e que possam atrair novos clientes, fidelizar clientes existentes, e aumentar o volume de vendas e assinaturas.

Publicidade online, utilização de mídias sociais como Facebook, Instagram, Tik Tok, para a promoção de produtos e compartilhamento de conteúdo que gerem engajamento e interação com os seguidores. Anúncios pagos (tráfego pago), através de criação de campanhas específicas para o público alvo da empresa.

Programa de parcerias com ONG's na realização de feiras e eventos de adoção. Parcerias com outros negócios relacionados a pets tendo uma promoção mútua entre os parceiros.

Influencers digitais, parcerias com micro influencers regionais, para uma maior conexão com o público, oferecendo cupons de desconto ou brindes especiais.

Programa de Fidelidade: Será aplicado um programa de fidelidade em que os assinantes acumulem pontos a cada entrega podendo trocá-los por descontos ou brindes exclusivos.

#### **f) Gestão da marca**

O nome da empresa será "PetHealth". Essa escolha foi fundamentada em sua clareza e simplicidade, os quais comunicam de forma imediata o foco principal do negócio: a saúde dos animais de estimação. Isso garante que os clientes compreendam facilmente a proposta central da empresa. O termo "Pet" refere-se aos animais de estimação, enquanto "Health" (saúde) enfatiza o compromisso da empresa com o bem-estar e a saúde dos animais.

Em relação ao logotipo da PetHealth, retratado na Figura 15, este é composto por uma representação visual de um cachorro saindo de um círculo verde-água, com detalhes florais em laranja, acompanhado do nome da empresa "PetHealth" para delinear sua identidade. A figura do cachorro estabelece uma identificação imediata com o público-alvo da empresa, que são donos de animais de estimação. A utilização da cor bege na representação do cachorro simboliza estabilidade, confiabilidade e simplicidade, transmitindo uma sensação de conforto e segurança. A cor verde-água, por sua vez, está associada à natureza e à tranquilidade, transmitindo uma sensação de harmonia e saúde. Por fim, a cor laranja, que complementa os detalhes florais, é reconhecida pela energia e criatividade, podendo induzir uma sensação de amizade e transmitir sentimentos positivos.

#### **g) Posicionamento da marca:**

De acordo com a estratégia de tipificação proposta por Michael Porter (2004), a PetHealth trabalhará com força na rivalidade entre os concorrentes existentes, ou seja, expressará a estratégia de diferenciação, oferecendo uma experiência

excepcional ao cliente, desde a facilidade de uso da plataforma de assinatura até a qualidade e variedade dos produtos oferecidos e principalmente a comodidade da gestão de toda a compra e entrega dos produtos.

Figura 15 – Logo



Fonte: Autoria própria, 2024

## 6.2 Previsão e mensuração da demanda

A demanda corrente e futura da PetHealth seria impulsionada pela qualidade dos produtos, conveniência do serviço, comportamento dos consumidores e fatores ambientais e demográficos, bem como pelas estratégias de marketing adotadas pela empresa.

Segundo o modelo de Kotler e Keller (2012), o ambiente de mercado e o comportamento do consumidor, são oportunidades devido ao crescimento da venda de produtos por e-commerce. De acordo com projeções da ABCOMM

Forecast<sup>14</sup>, o faturamento das lojas virtuais no Brasil deverá ultrapassar a marca dos 200 bilhões de reais, com um ticket médio próximo a 500 reais e mais de 90 milhões de compradores virtuais.

Para mensuração da demanda, serão considerados os investimentos a serem realizados com publicidade online através de tráfego pago.

**a) Premissas de tráfego pago (Facebook ADS):**

De acordo com Portal Insights<sup>15</sup>, o custo por clique (CPC) varia em uma faixa de R\$ 2,00 e R\$ 12,00. Sendo assim será considerado como valores de projeções um CPC de R\$ 4,80.

Por sua vez a taxa de conversão apontada por Luciano Larrossa, varia entre 2,31% e 14,29%, considerando a média de conversão de 9,21%, porém o ramo de comércio demonstra uma taxa de 3%, a qual será considerada.

Prevê-se um investimento de aproximadamente R\$ 30.000,00 na plataforma de anúncios, gerando aproximadamente 6.250 cliques e tendo conversão em vendas 187 cliques.

De acordo com a pesquisa de campo para conhecer eventuais clientes, cerca de 84,5% do público realiza compras para seu pet ao menos uma vez ao mês. Assim o índice de retenção considerado nos cálculos será de 35% ao mês. que após mais de 70% dos respondentes da pesquisa demonstrarem interesse nos serviços ofertados pela PetHealth a taxa de retenção de clientes se base na manutenção de a menos metade do publico.

O CAC (Custo de Aquisição de Clientes), é um indicador de marketing de alto valor, que reflete números que podem ser utilizados para o desenvolvimento

---

14 Disponível em: Previsão de crescimento do e-commerce para 2024 – Abcomm – Associação Brasileira de Comércio Eletrônico acesso em 10 de abril de 2024

15 Disponível em: [https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/como-funciona-o-custo-por-clique#:~:text=O%20Custo%20por%20Clique%20\(CPC,essencial%20para%20o%20marketing%20digital](https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/como-funciona-o-custo-por-clique#:~:text=O%20Custo%20por%20Clique%20(CPC,essencial%20para%20o%20marketing%20digital). Acesso em 10 de abril de 2024

de novas estratégias de atração e retenção de clientes. O CAC representa o investimento médio que os esforços diretos para atração de clientes geram.

Durante o início das ações de atração de clientes o CAC tende a expressar tendências mais elevadas, devido ao alto investimento para a divulgação do novo negócio, esses números tendem a se estabilizar no decorrer dos meses de maturação do negócio.

O resultado apresentado na Tabela 1, demonstrando que o investimento mensal em marketing de R\$ 35.000,00 alinhado com as projeções de novos clientes convertidos em todas as frentes das ações de marketing irá gerar um CAC de R\$ 99,15 e que será utilizado junto com as demais informações para identificar possíveis lacunas de melhoria como automatização de processos e fidelização de clientes.

#### **b) Premissas Programa Parcerias com ONG's**

O programa de parceria com ONG's (Organizações Não Governamentais) do município, será baseado no patrocínio de feiras de adoção de animais, auxiliando nos custos dos eventos e disponibilização de produtos de alimentação para os animais, em contrapartida a PetHealth terá espaços dedicados de divulgação com banners e cartazes.

A realização dessas ações em locais públicos atrai muitas pessoas, no último ano no município de Santo André foram adotados 516 animais na feira "Eu Amo, eu Adoto"<sup>16</sup>, o que reforça o grande potencial da ação.

Para os cálculos previstos de demanda, foram considerados a média de visitantes do "Parque Central" local onde é realizada a feira de "Eu amo, eu Adoto" que recebe cerca de 5 mil pessoas em cada dia do final de semana<sup>17</sup> tendo a equipe de marketing estimado o custo da ação em R\$ 5.000,00 e com uma taxa de conversão de 3% dos visitantes em clientes, dessa forma haverá aproximadamente 166 novos clientes a cada feira patrocinada.

---

<sup>16</sup> Disponível em: Santo André bate recorde de adoção de... (santoandre.sp.gov.br) acesso em 12 de abril de 2024

<sup>17</sup> Disponível em: Parque Central completa 30 anos e reúne... (santoandre.sp.gov.br) acesso em 12 de abril de 2024

As ações de marketing com esse programa de parcerias, enfatizam o compromisso da empresa com o bem-estar animal reforçando os valores da empresa e gerando conexões com os clientes.

### 6.3 Estimativa de Gastos

Haverá um investimento mensal recorrente em marketing no valor de R\$ 35.000,00. Sendo destinado em sua maior parte às ações em mídias digitais, que demonstraram retorno no valor investido, os demais valores serão destinados as ações com as ONG's.

*Tabela 1 - Estimativa de demanda para o 1º ano*

Mês	Investimento em Mkt	CAC	Novos clientes		Retidos	Total mês
			Marketing Dig	Feiras Ong's		
0	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15				
1	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	-	353
2	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	123	476
3	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	140	493
4	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	176	529
5	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	229	582
6	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	264	617
7	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	300	653
8	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	335	688
9	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	370	723
10	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	405	758
11	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	441	794
12	R\$ 35.000,00	R\$ 99,15	187	166	547	900

Fonte: Autoria própria, 2024

#### **6.4 Análise e diagnóstico de viabilidade mercadológica**

A partir das análises realizadas apresentados acima, é possível identificar uma perspectiva mercadológica favorável.

Com base na pesquisa de mercado apresentada anteriormente o programa de comercialização dos planos de assinatura tende a ser um grande potencializador de faturamento, gerando retenção de clientes, agregando a comodidade com baixo custo ao cliente.

As estratégias de marketing terão função determinante na atração de novos clientes, com as ações nas mídias digitais e localmente nas parcerias com ONG's, todo o trabalho de marketing será amparado pelo desenvolvimento de um site com fácil navegação e intuitivo além de promoções e parcerias com fornecedores para a obtenção dos melhores preços.

## 7 VIABILIDADE DE CAPITAL HUMANO

Sendo o capital humano um dos pilares fundamentais para o crescimento do negócio, a gestão de mão de obra é fundamental para o sucesso. Abaixo está um descritivo do organograma inicial do negócio.

**Diretor Geral:** responsável pela gestão executiva e estratégica do negócio, com a supervisão das operações, sendo elas finanças, recursos humanos, comercial, operações logísticas, e tecnologia da informação. Buscar e reforçar as parcerias estratégicas com fornecedores, clientes e outras partes envolvidas nos processos da empresa. Monitoramento de desempenho e a gestão de crises. Representante da empresa junto ao mercado e a mídia, atração de investidores.

**Farmacêutico Veterinário:** Responsável por supervisionar todas as atividades relacionadas ao programa de gestão de medicamento dos clientes, bem como separação e orientação de uso. Responsável pela dispersão dos medicamentos bem como o controle de qualidade, atendimento às dúvidas dos clientes. Responsável pela gestão documental e regulatória junto aos órgãos reguladores.

**Gerente Operações:** responsável por toda a operação logística do negócio, desde o recebimento da mercadoria no centro de distribuição, gestão de estoque e distribuição dos produtos vendidos. Responsável pelo desenvolvimento e implementação de estratégias de vendas, identificar oportunidades de mercado, segmentação de clientes e estratégias de preços. Responsável pelo desenvolvimento de propostas comerciais e parcerias com fornecedores.

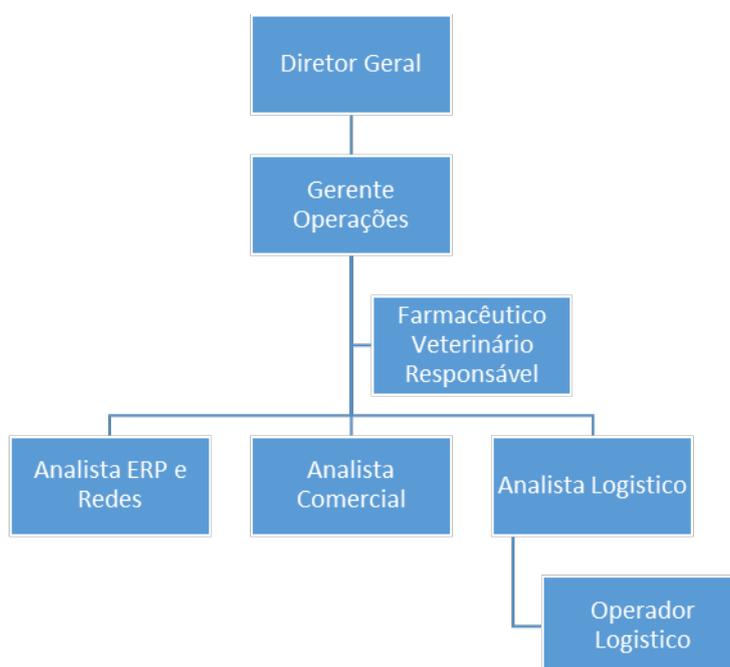
**Analista comercial:** responsável pela elaboração de relatórios de apoio à gestão, cadastro de produtos e apoio ao time de marketing, operações e TI.

**Analista Logístico:** responsável pela gestão de estoque mantendo os níveis adequados de produtos para atendimento as demandas de vendas, responsável pela gestão logísticas programando horários de cargas e descargas de produtos e a correta distribuição dos itens no estoque.

Operador Logístico: responsável pela carga e descarga de produtos, organização do estoque, inventario, separação e embalagem de produtos vendidos.

Analista de ERP e Redes: responsável pelo monitoramento de sistemas e infraestrutura tecnológica para o perfeito funcionamento mitigando e se possível prevendo falhas sistêmicas.

Figura 16 - Organograma



Fonte: Autoria própria, 2024

## 7.1 Headcount

Para o início das operações estimou-se em torno de 5 operadores logísticos formando duas equipes de trabalho, que deverão aumentar de acordo com o crescimento previsto, mas mantendo níveis saudáveis de efetivo operacional. O efetivo foi calculado considerando dois turnos de trabalho de 8

horas utilizando a compensação de horas aos sábados (Semana Espanhola), oferecendo um final de semana de folga aos operadores a cada quinzena.

Analisando os cargos administrativos, o efetivo manterá uma quantidade inicial fixa, conforme tabela abaixo, também sofrendo alterações de acordo com as projeções de crescimento da empresa, deve-se manter o monitoramento constante das evoluções de venda para que o efetivo se mantenha equilibrado.

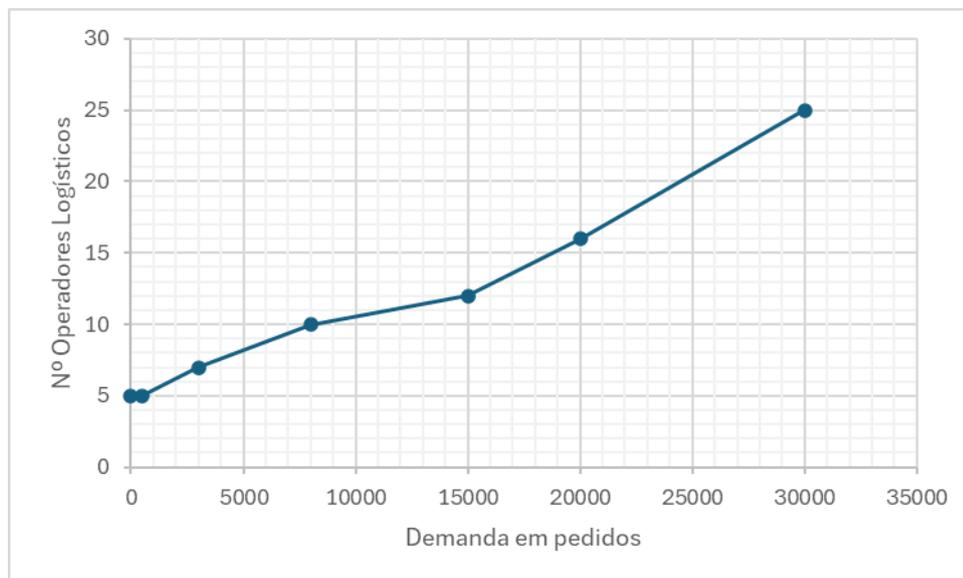
Figura 17 - Headcout Administrativo

<b>Cargo</b>	<b>Func.</b>
Diretor Geral	1
Farmacêutico Veterinário Resp.	1
Gerente Operações	1
Analista Comercial	1
Analista Logístico	1
Analista ERP e Redes	1
Operador Logístico	5

Fonte: Autoria própria, 2024

O efetivo administrativo se manterá estável, já o efetivo operacional terá o crescimento acompanhando a evolução das vendas conforme gráfico 14 abaixo:

Gráfico 14



Fonte: Autoria própria, 2024

## 7.2 Gestão de Pessoas

O desenvolvimento do programa de remuneração e benefícios será pautado nos valores previstos na legislação vigente e CCT das categorias. Todos os contratos de trabalho obedecerão a legislação vigente CLT, na modalidade mensalista com remuneração média para os Operadores Logísticos de R\$ 1.779,92/mês, conforme CCT do Sincomércio ABC<sup>18</sup>.

O cargo de Farmacêutico Veterinário, por se tratar de uma função de responsabilidade técnica é gerida por sindicato específico e que necessita de salário-mínimo de acordo com o previsto em CCT dos Farmacêuticos do Estado de São Paulo<sup>19</sup>, R\$ 4.274,00/ mês.

---

<sup>18</sup>Disponível em: < <https://s3.sa-east-1.amazonaws.com/sincomercio.www.e2/CollectiveAgreement/cct-sincomercioabc-23-24.pdf> > acesso em: 10 de abril de 2023

<sup>19</sup>Disponível em: < <https://www.sinfar.org.br/images/Convencoes/Atacadista-Distribuidoras/CCT-SINFAR-2023-2024-Atacadista.pdf> > acesso em: 10 de abril de 2023

Os cargos administrativos, por se tratar de funções correlatas os Analistas terão salário fixo de 2.000,00/mês. Os cargos de gestão terão salário fixo R\$ 5.000,00/mês.

Para a função de Diretor Geral, será utilizado o modelo de contrato de Diretor-Não Empregado para que seja possível autonomia no processo de gestão da empresa com salário fixo de 7.000,00.

### **7.3 Treinamento e desenvolvimento**

A empresa irá oferecer para todos os colaboradores os cursos através de empresas parceiras de treinamento e desenvolvimento humano. Os treinamentos serão oferecidos sem custo:

- Para as funções que tratarão diretamente com os clientes serão ministrados cursos para atendimento ao cliente, com técnicas de venda, técnicas de atendimento e encantamento do cliente, lidar com possíveis problemas e reclamações e direcionar os clientes à resolução dos problemas.
- Treinamentos para segurança, baseados no Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), manter treinamento contínuo para manter segurança no ambiente de trabalho, conforme os previstos em lei e NR's como CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes) e outros treinamentos necessários.
- Treinamento em gestão de processos, todos os colaboradores terão treinamento em gestão de processos e desenvolvimento de técnicas de otimização de tempo.

## 7.4 Segurança do trabalho

Serão ministrados os treinamentos operacionais e os de segurança previstos em lei, com custo previsto de R\$ 1500,00 anuais, assim como os treinamentos a lei estabelece que a empresa ofereça aos colaboradores os equipamentos de proteção individual (EPIs) de acordo com o risco da função apurados no Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), como EPIs padrão são fornecidos.

Bota de Segurança com bico de aço: ao valor de R\$ 60,00/par, para proteção contra possíveis escorregões e lesões por esmagamento dos dedos em caso de queda de caixas pesadas.

## 7.5 Estimativa de gastos

Abaixo na tabela 2, está a estimativa de gastos previstos com efetivo inicial para o desenvolvimento das atividades:

Tabela 2 - Folha Pagamento

Cargo	Func.	Salário Bruto	Cesta básica	Vale transporte	Desconto VT 6%*	INSS Patronal 11%	FGTS 8%	Valor Folha Pagamento Individual	Valor Total Folha	Provisões			Total Geral
										Férias	1/3 férias	13º	
Diretor Geral	1	7.000,00	200,00	n/a	n/a	770,00	560,00	8.530,00	8.530,00	n/a	n/a	n/a	-
Farmacêutico Veterinário Resp.	1	4.274,00	200,00	220,00	128,22	470,14	341,92	5.377,84	5.377,84	356,17	118,72	356,17	831,06
Gerente Operações	1	5.000,00	200,00	220,00	220,00	550,00	400,00	6.150,00	6.150,00	416,67	138,89	416,67	972,22
Analista Comercial	1	2.000,00	100,00	220,00	120,00	220,00	160,00	2.580,00	2.580,00	166,67	55,56	166,67	388,89
Analista Logístico	1	2.000,00	100,00	220,00	120,00	220,00	160,00	2.580,00	2.580,00	166,67	55,56	166,67	388,89
Analista ERP e Redes	1	2.000,00	100,00	220,00	120,00	220,00	160,00	2.580,00	2.580,00	166,67	55,56	166,67	388,89
Operador Logístico	5	1.779,92	100,00	220,00	106,80	195,79	142,39	2.331,31	11.656,55	148,33	49,44	148,33	1.730,48
<b>Total</b>	<b>11</b>								<b>39.454,39</b>				<b>4.700,42</b>

Fonte: Autoria própria, 2024

## **7.6 Análise e diagnóstico de viabilidade do capital humano**

Com base nas informações apresentadas, o efetivo para a operação inicial da empresa será de fácil contratação. Para os cargos operacionais, experiências prévias são desejáveis, mas não serão impeditivos para a contratação de pessoas sem experiência.

Em relação aos custos de efetivo, a remuneração está estabelecida de acordo com o que é oferecido no mercado e estará condizente com o orçamento inicial apresentado no próximo capítulo. No entanto, é necessário realizar uma análise das receitas esperadas para uma demonstração precisa dos custos operacionais e a viabilidade financeira.

Apesar da estrutura administrativa mais robusta, é crucial ressaltar que o core business da empresa exige uma gestão administrativa eficiente, com processos consistentes para a operacionalização, mesmo com uma estrutura organizacional mais complexa, é essencial manter um foco contínuo na eficiência operacional e na otimização dos processos para garantir o sucesso do negócio.

## **8 VIABILIDADE FINANCEIRA**

### **8.1 Plano financeiro**

#### **a) Pressupostos da análise financeira**

Durante o processo das análises financeiras, foram estabelecidas duas premissas fundamentais: o investimento em anúncios no Facebook ADS que consiste na alocação de recursos para criação de campanhas publicitárias em redes sociais, com direcionamento para o público-alvo visando alcançar potenciais clientes. Com investimento inicial esperado e as taxas de conversão de vendas atingidas a ferramenta publicitária apresentará retorno satisfatório de investimento.

Na abordagem da segunda premissa que é a colaboração com ONGs através de parcerias, o investimento será de menor valor, mas com altos índices de retorno em geração de valor e apresentação à comunidade, as campanhas irão evidenciar a responsabilidade social da PetHealth e gerar engajamento com a comunidade, as taxas de conversão de clientes, como apresentadas anteriormente, são satisfatórias para o investimento inicial.

#### **b) Cálculo Investimento Total**

Para os investimentos iniciais, considerou-se itens essenciais para o início das operações e funcionamento da PetHealth. Com essa abordagem o valor inicial R\$ 96.797,00, esse investimento se refere a CAPEX. Além disso serão investidos R\$ 35.000,00 nas ações publicitarias, o investimento com marketing terá papel fundamental na atração dos novos clientes no momento do lançamento do site.

Para composição de capital de giro será necessário inicialmente R\$ 150.000,00 e investimento em estoque de R\$ 100.000,00. Totalizando o investimento inicial em R\$ 346.797,00. Esses investimentos estão descritos em detalhe na Tabela 3.

Tabela 3 - Investimento Inicial Total

Investimento Inicial			
Produto	Quantidade	Valor Unitário	Valor Investimento
Prateleiras de aço	20	675,00	13500,00
Mesas e cadeiras	1	15000,00	15000,00
Freezer para medicamentos	1	20000,00	20000,00
Notebook	3	2070,00	6210,00
Impressora para etiquetagem	2	1500,00	3000,00
Desenvolvimento do site	1	97,00	97,00
Jurídico: Abertura da empresa	1	3000,00	3000,00
Marketing - Facebook Ads/Ong's	1	35000,00	35000,00
Registro da marca	1	850,00	850,00
Alvará de funcionamento	1	140,00	140,00
		Total Produção	R\$ 96.797,00
		Estoque	R\$ 100.000,00
		Caixa Inicial	R\$ 150.000,00
		<b>INVESTIMENTO INICIAL TOTAL</b>	<b>R\$ 346.797,00</b>

Fonte: Autoria própria, 2024

### c) Estimativa de faturamento mensal para os próximos 5 anos

Com base nos estudos realizados, por meio da comparação de gasto dos clientes com os grandes players do mercado e o e-commerce pet, considerou-se um valor de ticket médio de R\$ 219,90, considerando a cesta de produtos com itens gerais e com compra recorrente como ração, medicamento, petisco e produtos de higiene contando também com a assinatura mensal do serviço de gestão de produtos e medicamentos.

### d) Estimativa mensal dos custos fixos e variáveis, despesas, tributação e investimentos para os próximos 5 anos

A previsão de custos e despesas mensais para os próximos 5 anos será feita considerando o investimento inicial apresentado na tabela 3 de R\$ 346.797,00, composto por custos com equipamentos e o capital de giro, o investimento inicial realizado comportará o crescimento de vendas nos próximos 5 anos.

O efetivo de colaboradores irá aumentar com a previsão de demanda nos próximos anos, o custo mensal com a folha de pagamento de um operador logístico conforme tabela 2 é de R\$ 2.331,31.

O custo com a mão de obra operacional terá aumento conforme a previsão de demanda e o crescimento apresentado anteriormente no Gráfico 14, mas que serão comportados pelo aumento nas vendas. Já para as despesas com o administrativo se manterão fixos nos próximos anos com a folha de pagamento fechando em R\$ 19.267,84, sofrendo somente atualizações conforme reajustes salariais previstos em Convenção Coletiva. Na gestão da empresa o Diretor será o responsável pela gestão das atividades com folha de pagamento de R\$ 8.530,00 mensais.

Os custos com impostos e tributações governamentais se baseará no sistema Simples Nacional conforme tratado no capítulo 3.

Os custos iniciais previstos para a compra de itens que serão do ativo imobilizado da empresa comportarão o crescimento previsto para os próximos 5 anos, o que favorece o plano de custo. Já o investimento em marketing deverá se manter constante e fixo nos anos seguintes para que a base de clientes ativos se mantenha sólida e com a atração de clientes previstas anteriormente.

#### **e) Demonstrativo de resultado mensal para os próximos 5 anos**

Na DRE demonstrada na Tabela 4, nota-se que a empresa irá apresentar prejuízo nos primeiros 3 meses, ainda por conta do investimento inicial em estoque e infraestrutura, mas que tende a se estabilizar a partir do 4º mês, quando a evolução nas vendas e a constância na gestão do estoque mantém os custos dentro do orçado.

A partir do 6º mês começam-se a observar números mais expressivos, quando se começa a retomar o capital de giro necessário para as operações diárias da empresa. No mês de dezembro há um aumento considerável na folha de pagamento devido ao pagamento de 13º salário, mas o caixa acumulado no ano supri a variação de valores.

Tabela 4 - DRE dos primeiros 12 meses de operação

MÊS	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
FATURAMENTO	R\$ -	R\$ 77.624,70	R\$ 104.672,40	R\$ 108.410,70	R\$ 116.327,10	R\$ 127.981,80	R\$ 135.678,30	R\$ 143.594,70	R\$ 151.291,20	R\$ 158.987,70	R\$ 166.684,20	R\$ 174.600,60	R\$ 197.910,00
FORNECEDORES	R\$ 100.000,00	R\$ 45.000,00	R\$ 48.250,00	R\$ 51.150,00	R\$ 50.965,00	R\$ 52.961,50	R\$ 51.157,65	R\$ 53.573,15	R\$ 59.230,75	R\$ 52.153,83	R\$ 55.369,21	R\$ 58.906,13	R\$ 52.796,75
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>R\$ -</b>	<b>R\$ 32.624,70</b>	<b>R\$ 56.422,40</b>	<b>R\$ 57.260,70</b>	<b>R\$ 65.362,10</b>	<b>R\$ 75.020,30</b>	<b>R\$ 84.520,65</b>	<b>R\$ 90.021,55</b>	<b>R\$ 92.060,45</b>	<b>R\$ 106.833,87</b>	<b>R\$ 111.314,99</b>	<b>R\$ 115.694,47</b>	<b>R\$ 145.113,25</b>
CUSTOS/DESPESAS	R\$ 96.797,00	R\$ 83.669,39	R\$ 83.751,39	R\$ 83.751,39	R\$ 83.751,39	R\$ 83.751,39							
ALUGUEL DO CD	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00
FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ -	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39								
MENSALIDADE DO SITE	R\$ -	R\$ 15,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00							
CONTABILIDADE	R\$ -	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00								
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00								
SEGURO DO CD	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00
MARKETING	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00
EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ -
<b>LUCRO ANTES DO IMPOSTO</b>	<b>R\$ 197.297,00</b>	<b>R\$ 51.044,69</b>	<b>R\$ 27.328,99</b>	<b>R\$ 26.490,69</b>	<b>R\$ 18.389,29</b>	<b>R\$ 8.731,09</b>	<b>R\$ 769,26</b>	<b>R\$ 6.270,16</b>	<b>R\$ 8.309,06</b>	<b>R\$ 23.082,48</b>	<b>R\$ 27.563,60</b>	<b>R\$ 31.943,08</b>	<b>R\$ 61.361,86</b>
IMPOSTO	R\$ -	R\$ 8.305,84	R\$ 11.199,95	R\$ 11.599,94	R\$ 12.447,00	R\$ 13.694,05	R\$ 14.517,58	R\$ 15.364,63	R\$ 16.188,16	R\$ 22.735,24	R\$ 23.835,84	R\$ 24.967,89	R\$ 28.301,13
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>R\$ 197.297,00</b>	<b>R\$ 59.350,53</b>	<b>R\$ 38.528,94</b>	<b>R\$ 38.090,63</b>	<b>R\$ 30.836,29</b>	<b>R\$ 22.425,14</b>	<b>R\$ 13.748,32</b>	<b>R\$ 9.094,47</b>	<b>R\$ 7.879,10</b>	<b>R\$ 347,24</b>	<b>R\$ 3.727,76</b>	<b>R\$ 6.975,19</b>	<b>R\$ 33.060,73</b>

LUCRO LÍQUIDO ANUAL DA DRE	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
		R\$ 373.139,50	R\$ 17.601,97	R\$ 392.519,25	R\$ 417.008,57	R\$ 110.633,37

Fonte: Autoria própria, 2024

**f) Estimativa do fluxo de caixa futuro mensal para os próximos 5 anos**

As projeções de fluxo de caixa projetaram pagamentos aos fornecedores para manutenção dos estoques com pagamento programados para 30/60 DDL, havendo uma manutenção no caixa no primeiro mês.

Durante o início das operações o caixa inicial comportará os pagamentos previstos e se manterá estável nos primeiros meses e manterá um crescimento contínuo e saudável a partir do sexto mês. Isso é apresentado na Tabela 5.

Tabela 5 - Fluxo caixa primeiros 12 meses

MÊS	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
CAIXA INICIAL	+ R\$ 150.000,00	R\$ -											
A RECEBER	+ R\$ -	R\$ 77.624,70	R\$ 104.672,40	R\$ 108.410,70	R\$ 116.327,10	R\$ 127.981,80	R\$ 135.678,30	R\$ 143.594,70	R\$ 151.291,20	R\$ 158.987,70	R\$ 166.684,20	R\$ 174.600,60	R\$ 197.910,00
FORNECEDORES A PAGAR	- R\$ -	R\$ -	R\$ 7.500,00	R\$ 15.750,00	R\$ 17.325,00	R\$ 19.057,50	R\$ 20.963,25	R\$ 23.059,58	R\$ 25.365,41	R\$ 27.901,96	R\$ 30.692,30	R\$ 33.941,53	R\$ 37.137,68
ALUGUEL DO CD	- R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00											
FOLHA DE PAGAMENTO	- R\$ -	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39	R\$ 41.785,70	R\$ 46.486,12	R\$ 46.486,12	R\$ 46.486,12	R\$ 46.486,12	R\$ 71.486,00				
MENSALIDADE DO SITE	- R\$ -	R\$ 15,00	R\$ 97,00										
CONTABILIDADE	- R\$ -	R\$ 1.500,00											
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	- R\$ -	R\$ 500,00											
SEGURO DO CD	- R\$ 200,00	R\$ 200,00											
MARKETING	- R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00											
RESULTADO CAIXA MÊS	R\$ 107.800,00	R\$ 6.044,69	R\$ 13.421,01	R\$ 6.578,00	R\$ 12.919,40	R\$ 22.841,60	R\$ 28.632,35	R\$ 34.452,42	R\$ 35.142,68	R\$ 40.302,63	R\$ 45.208,79	R\$ 49.875,96	R\$ 44.989,33
FLUXO DE CAIXA TOTAL	R\$ 107.800,00	R\$ 101.755,31	R\$ 115.176,32	R\$ 121.754,32	R\$ 134.673,72	R\$ 157.515,32	R\$ 186.147,67	R\$ 220.600,09	R\$ 255.742,77	R\$ 296.045,39	R\$ 341.254,18	R\$ 391.130,13	R\$ 436.119,46

FORNECEDORES A PAGAR	
CONDIÇÃO DE PAGAMENTO: 30/60 DDL	

FLUXO DE PAGAMENTO DE CONTAS A PAGAR													
MÊS	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
A PAGAR TOTAL	R\$ -	R\$ 15.000,00	R\$ 16.500,00	R\$ 18.150,00	R\$ 19.965,00	R\$ 21.961,50	R\$ 24.157,65	R\$ 26.573,15	R\$ 29.230,75	R\$ 32.153,83	R\$ 35.369,21	R\$ 38.906,13	R\$ 42.796,75
PARCELAS	R\$ -	R\$ 7.500,00	R\$ 8.250,00	R\$ 9.075,00	R\$ 9.962,50	R\$ 10.960,75	R\$ 12.078,83	R\$ 13.286,58	R\$ 14.615,38	R\$ 16.076,92	R\$ 17.684,61	R\$ 19.453,07	R\$ 21.398,38
FLUXO DE PAGAMENTO		R\$ 7.500,00	R\$ 15.750,00	R\$ 17.325,00	R\$ 19.057,50	R\$ 20.963,25	R\$ 23.059,58	R\$ 25.365,41	R\$ 27.901,96	R\$ 30.692,30	R\$ 33.941,53	R\$ 37.137,68	

RELAÇÃO AO IMPOSTO SIMPLES NACIONAL												
MÊS	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
FATURAMENTO	R\$ 77.624,70	R\$ 104.672,40	R\$ 108.410,70	R\$ 116.327,10	R\$ 127.981,80	R\$ 135.678,30	R\$ 143.594,70	R\$ 151.291,20	R\$ 158.987,70	R\$ 166.684,20	R\$ 174.600,60	R\$ 197.910,00
PROPORCIONAL AO ANO	R\$ 931.496,40	R\$ 1.256.068,80	R\$ 1.300.928,40	R\$ 1.395.925,20	R\$ 1.535.761,60	R\$ 1.628.139,60	R\$ 1.723.136,40	R\$ 1.815.494,40	R\$ 1.907.852,40	R\$ 2.000.210,40	R\$ 2.095.207,20	R\$ 2.374.920,00
FAIXA DA ALIQUOTA	FAIXA 4	FAIXA 4	FAIXA 4	FAIXA 4	FAIXA 4	FAIXA 4	FAIXA 4	FAIXA 4	FAIXA 4	FAIXA 5	FAIXA 5	FAIXA 5
	10,70%	10,70%	10,70%	10,70%	10,70%	10,70%	10,70%	10,70%	10,70%	14,30%	14,30%	14,30%

Fonte: Autoria própria, 2024

### **g) Cálculos e análise dos indicadores de viabilidade financeira**

Para o diagnóstico de viabilidade financeira é crucial analisar vários aspectos relacionados, entre eles destacam-se Payback, Valor Presente Líquido (VPL) e o ponto de equilíbrio.

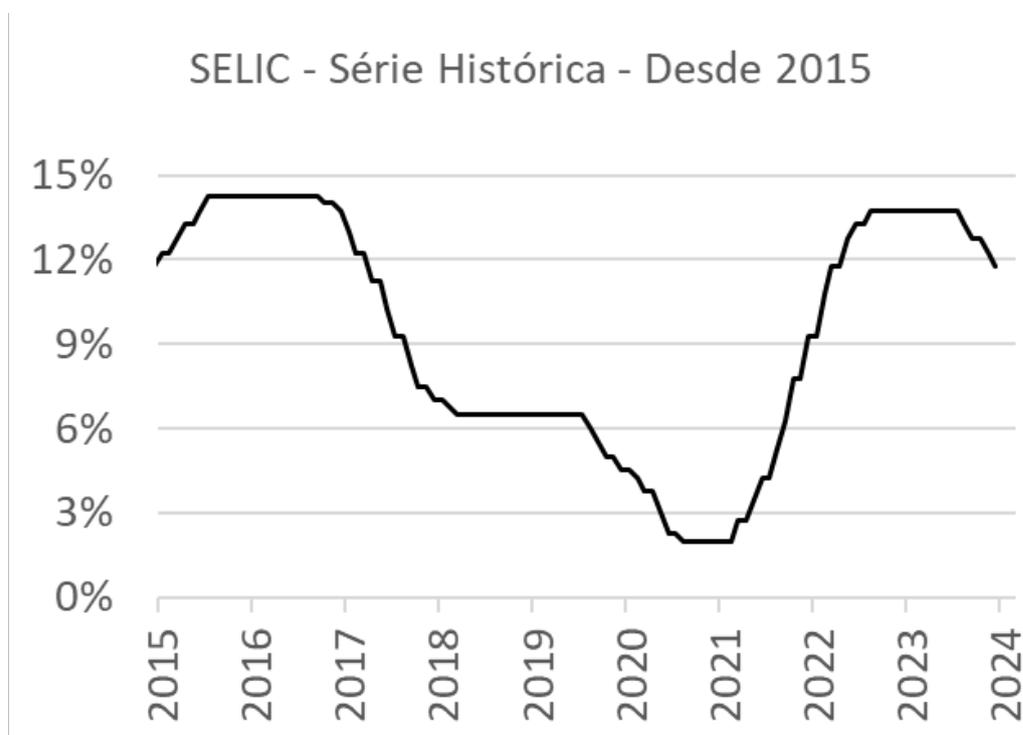
Tendo como base o investimento inicial, e após análises realizadas é esperado um retorno em caixa acumulado de aproximadamente R\$ 388.000,00 no período de 5 anos, convertidos em valor presente, evidenciando o potencial lucrativo e a viabilidade do projeto.

O tempo de retorno do investimento inicial é demonstrado pelo indicador financeiro chamado *payback*. Com esse indicador é possível evidenciar que o prazo de retorno do investimento é de aproximadamente 19 meses, demonstrando que o após esse período inicial de recuperação investimento inicia-se um período com retorno mensal significativos com um lucro líquido médio de R\$ 13.601,43 por mês após o 4º mês.

O ponto de equilíbrio, outro indicador financeiro de extrema importância demonstra o faturamento mínimo necessário para que todos os gastos para desempenho das atividades da empresa sejam suprimos e que não haja prejuízo, mantendo o funcionamento. Analisando a operação durante o primeiro ano, onde a PetHealth estará em crescimento de vendas e expansão no mercado o ponto de equilíbrio de vendas será alcançado ao atingir 5.644 vendas, por volta do mês 10, traduzindo esses números em valores o ponto de equilíbrio anual é de R\$ 1.2M no faturamento.

Outro indicador analisado é a Taxa Interna de Retorno para o período de 5 anos que foi estimada em 10,47%, apontando que apesar do grande potencial de crescimento o projeto ainda é menos atrativo se comparado com outras opções de investimentos que possuem retorno atrelado à alta taxa de juros. Ainda assim ao analisar a evolução da taxa SELIC nos últimos 10 anos, observa-se que ela esteve na casa de 11% nos últimos anos, ficando a cargo do investidor ponderar suas intenções de investimentos e perspectivas de ganhos para o futuro.

Figura 18 - Série Histórica Selic



Fonte: Recieri, 2024

#### h) Cenários

Para avaliar a viabilidade financeira do negócio, desenvolver cenários otimistas e pessimistas é de extrema importância. Para essa análise são necessárias abordagens estratégicas e a compreensão de variáveis-chave do negócio. Essencialmente a compreensão das variáveis críticas que afetam a demanda e em sequência a viabilidade financeira do negócio.

**Taxa de conversão de cliques:** No capítulo 5 é apontado que a taxa de conversão de cliques pode variar entre 2,31 e 14,29%, tendo sido adotada um valor de 3% para adequação ao ramo de atividade, gerando um reflexo direto na efetividade das ações de marketing através de ferramentas digitais impactando diretamente na demanda prevista.

**Taxa de conversão nas feiras de adoção:** A participação em ações nas feiras de adoção do município gera um alto fluxo de potenciais clientes gerando um provável retorno com baixo investimento.

**Taxa de retenção:** São os clientes convertidos que mantêm compras periódicas ou fazem a assinatura de um plano.

**Número de funcionários administrativos:** Os funcionários operacionais terão aumento no efetivo conforme o crescimento nas vendas, mas a identificação de diferentes cenários expõe necessidades distintas em relação ao quadro de funcionários administrativos.

Na Tabela 6 abaixo estão apontados diferentes cenários, o otimista e o pessimista que utilizam como parâmetro o cenário realista, o mesmo utilizado no decorrer do plano de negócio.

Tabela 6 - Cenários

	<b>Realista</b>	<b>Otimista</b>	<b>Pessimista</b>
Taxa de conversão do clique	3%	6%	1%
Taxa de conversão nas feiras de adoção	3%	10%	1%
Taxa de retenção	35%	60%	15%
Funcionários Adm.	6	11	2
VPL:	R\$ 387.676,37	R\$ 3.861.718,65	-R\$ 702.547,21
Payback (meses):	19	4	60+
TIR:	10,47%	45,28%	-7,79%
Viabilidade:	Viável	Viável	Inviável

Fonte: Autoria própria, 2024

Observa-se que em caso de não efetividade nas ações de marketing e um número inferior na demanda prevista, o projeto se torna inviável do ponto de vista econômico. Se faz necessário o acompanhamento de perto de todas as ações para que sua efetividade seja medida e que possíveis gargalos sejam sanados a tempo.

## **8.2 Análise e diagnóstico da viabilidade financeira**

A análise financeira foi realizada analisando informações básicas para o andamento do negócio, como potencial de crescimento e aferição de demanda. As estratégias de marketing como as inserções nas mídias digitais através do Facebook Ads e a participação em feiras de adoção com o apoio a Ong's, possuem boas perspectivas de atração e retenção de cliente.

Analisando os principais indicadores financeiros desenvolvidos no decorrer do plano de negócio, aponta um payback de 19 meses, que apesar do investimento inicial ser de um valor considerável, o negócio possui potencial de crescimento e apesar do risco inerente a todo novo negócio no médio prazo a PetHealth consegue reverter o investimento inicial.

Outra observação é o volume de caixa acumulado no decorrer de 5 anos, na casa de R\$ 388 mil, o que demonstra a saúde financeira da empresa e capital de giro para se manter e possíveis flutuações do mercado.

Todas as análises financeiras e planilha encontram-se nos apêndices.

## **9 VIABILIDADE DO NEGÓCIO: CONCLUSÃO DO TRABALHO.**

O propósito deste estudo consistiu em conceber uma entidade empresarial fictícia no segmento pet. A empresa criada, denominada PetHealth, representa um serviço de gestão de produtos que, em conjunto com a administração, disponibiliza os principais itens para o cotidiano dos animais domésticos. Os clientes selecionam o plano que melhor se adapta às suas necessidades por meio de um site.

Foi conduzida uma pesquisa de mercado, cujos resultados indicaram que 69,8% dos participantes demonstram interesse em serviços de entregas programadas. A estratégia de marketing da PetHealth inclui parcerias com clínicas veterinárias e organizações não governamentais (ONGs) para ampliar sua base de clientes. Foram elaborados pacotes e promoções como principais ferramentas de marketing.

O planejamento operacional de recursos humanos considerou o crescimento da empresa e a demanda por entregas quantitativas, visando investir adequadamente em pessoal. Conseqüentemente, foi elaborado um plano financeiro para uma gestão mais eficaz dos recursos, otimizando sua alocação e levando em conta as obrigações tributárias. Realizou-se uma análise das fontes de receita e dos gastos para avaliar a saúde financeira geral.

Concluiu-se que a viabilidade da empresa é respaldada pela projeção de lucros a longo prazo, ressaltando a importância de investimentos substanciais em marketing e na fidelização dos clientes como pilares estratégicos do negócio.

## REFERÊNCIAS

ABINPET. **Dados de Mercado**. Disponível em <https://abinpet.org.br/dados-de-mercado/> Acesso em 15 de abril de 2024

Instituto Pet Brasil. **Censo Pet IPB**. Disponível em <https://institutopetbrasil.com/fique-por-dentro/amor-pelos-animais-impulsiona-os-negocios-2-2/> Acesso em 15 de abril de 2024

E-Commerce Brasil. **Mercado Pet** Disponível em <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/mercado-pet-estudo-mostra-que-brasil-e-o-terceiro-pais-em-faturamento-dentro-da-categoria> Acesso em 15 de abril de 2024

Cognatis. **Os Pets ocupam definitivamente o seu espaço**. Disponível em Estudo Sobre o Crescimento do Mercado Pet no Brasil. ([cognatis.com.br](http://cognatis.com.br)) Acesso em 15 de abril de 2024

PORTER, Michael E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

COVEY, Stephen R. **O 8º hábito: da eficácia à grandeza**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023: informação e documentação: referências: elaboração**. Rio de Janeiro, 2002.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Administração de Marketing**. 14ª. ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2012

Edrone. **E-commerce no Brasil**. Disponível em <https://edrone.me/pt/blog/dados-ecommerce-brasil> Acesso em 16 de abril de 2024

Sinfar. **Convenção Coletiva do Trabalho**. Disponível em <https://www.sinfar.org.br/images/Convencoes/Atacadista-Distribuidoras/CCT-SINFAR-2023-2024-Atacadista.pdf> Acesso em 16 de abril de 2024

Sincomércio. **Convenção Coletiva do Trabalho**. Disponível em <https://s3.amazonaws.com/sincomercio.www.e2/CollectiveAgreement/cct-sincomercioabc-23-24.pdf>. Acesso em 16 de abril de 2024

## APÊNDICES

## Apêndice A – Cálculo de demanda

Mês	Investimento em Mkt	CAC	Novos clientes		Retidos	Total mês
			Marketing Dig	Feiras Ong's		
ANO 1	0 R\$	35.000,00	R\$ 99,15			
	1 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	- 353
	2 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	123 476
	3 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	140 493
	4 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	176 529
	5 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	229 582
	6 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	264 617
	7 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	300 653
	8 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	335 688
	9 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	370 723
	10 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	405 758
	11 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	441 794
12 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	547 900	
ANO 2	13 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	555 908
	14 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	559 912
	15 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	568 921
	16 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	575 928
	17 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	581 934
	18 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	583 936
	19 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	590 943
	20 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	596 949
	21 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	604 957
	22 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	620 973
	23 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	624 977
	24 R\$	35.000,00	R\$ 99,15	187	166	630 983
ANO 3	25 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	780 1196
	26 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	795 1211
	27 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	803 1219
	28 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	816 1232
	29 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	833 1249
	30 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	840 1256
	31 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	857 1273
	32 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	864 1280
	33 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	872 1288
	34 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	880 1296
	35 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	883 1299
	36 R\$	35.000,00	R\$ 84,13	250	166	894 1310
ANO 4	37 R\$	35.000,00	R\$ 78,47	280	166	950 1396
	38 R\$	35.000,00	R\$ 78,47	280	166	1004 1450
	39 R\$	35.000,00	R\$ 78,47	280	166	1056 1502
	40 R\$	35.000,00	R\$ 78,47	280	166	1089 1535
	41 R\$	35.000,00	R\$ 61,83	400	166	1143 1709
	42 R\$	35.000,00	R\$ 58,62	431	166	1192 1789
	43 R\$	35.000,00	R\$ 53,76	485	166	1216 1867
	44 R\$	35.000,00	R\$ 50,57	526	166	1284 1976
	45 R\$	35.000,00	R\$ 50,28	530	166	1304 2000
	46 R\$	35.000,00	R\$ 52,39	502	166	1357 2025
	47 R\$	35.000,00	R\$ 54,26	479	166	1371 2016
	48 R\$	35.000,00	R\$ 56,63	452	166	1392 2010
ANO 5	49 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1462 2208
	50 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1503 2249
	51 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1542 2288
	52 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1579 2325
	53 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1618 2364
	54 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1675 2421
	55 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1701 2447
	56 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1715 2461
	57 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1687 2433
	58 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1670 2416
	59 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1662 2408
	60 R\$	35.000,00	R\$ 46,91	580	166	1649 2395

### Apêndice B – Custos dos 12 primeiros meses

MES	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
QUANTIDADE DE VENDAS	-	353	476	493	529	582	617	653	688	723	758	794	900
<b>Custos Fixos</b>													
ALUGUEL DO CD	R\$ 7.000,00												
FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ -	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39	R\$ 41.785,70	R\$ 46.486,12	R\$ 46.486,12	R\$ 46.486,12	R\$ 46.486,12	R\$ 71.486,00				
MENSALIDADE DO SITE	R\$ -	R\$ 15,00	R\$ 97,00										
CONTABILIDADE	R\$ -	R\$ 1.500,00											
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ -	R\$ 500,00											
SEGURO DO CD	R\$ 200,00												
MARKETING	R\$ 35.000,00												
<b>Custos Var.</b>													
EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ -
IMPOSTO	R\$ -	R\$ 8.305,84	R\$ 11.199,95	R\$ 11.599,94	R\$ 12.447,00	R\$ 13.694,05	R\$ 14.517,58	R\$ 15.364,63	R\$ 16.188,16	R\$ 22.735,24	R\$ 23.835,84	R\$ 24.967,89	R\$ 28.301,13
ETIQUETAS	R\$ -	R\$ 42,00	R\$ 63,00	R\$ 84,00	R\$ 105,00	R\$ 126,00	R\$ 147,00	R\$ 168,00	R\$ 189,00	R\$ 210,00	R\$ 231,00	R\$ 252,00	R\$ 273,00
EMBALAGEM	R\$ -	R\$ 240,00	R\$ 360,00	R\$ 480,00	R\$ 600,00	R\$ 720,00	R\$ 840,00	R\$ 960,00	R\$ 1.080,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.320,00	R\$ 1.440,00	R\$ 1.560,00
CAIXA INICIAL	R\$ 150.000,00	R\$ -											
<b>GASTO TOTAL</b>	R\$ 192.500,00	R\$ 92.257,23	R\$ 95.374,34	R\$ 98.246,64	R\$ 99.534,70	R\$ 100.622,75	R\$ 101.587,28	R\$ 102.875,33	R\$ 108.240,28	R\$ 114.928,36	R\$ 116.169,96	R\$ 117.743,01	R\$ 145.917,13
<b>CUSTO FIXO TOTAL</b>	R\$ 42.200,00	R\$ 83.669,39	R\$ 83.751,39	R\$ 86.082,70	R\$ 90.783,12	R\$ 90.783,12	R\$ 90.783,12	R\$ 90.783,12	R\$ 115.783,00				
<b>CUSTO VARIÁVEL TOTAL S/IMPOSTO</b>	R\$ 150.300,00	R\$ 282,00	R\$ 423,00	R\$ 564,00	R\$ 1.005,00	R\$ 846,00	R\$ 987,00	R\$ 1.428,00	R\$ 1.269,00	R\$ 1.410,00	R\$ 1.551,00	R\$ 1.992,00	R\$ 1.833,00
<b>GASTO TOTAL ANUAL</b>	<b>ANO 0</b>	<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>							
	R\$ 192.500,00	R\$ 286.825,00	R\$ 382.739,28	R\$ 538.858,00	R\$ 719.644,85	R\$ 961.085,70							

### Apêndice C – DRE dos 12 primeiros meses

MES	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
FATURAMENTO	R\$ -	R\$ 77.624,70	R\$ 104.672,40	R\$ 108.410,70	R\$ 116.327,10	R\$ 127.981,80	R\$ 135.678,30	R\$ 143.594,70	R\$ 151.291,20	R\$ 158.987,70	R\$ 166.684,20	R\$ 174.600,60	R\$ 197.910,00
FORNECEDORES	R\$ 100.000,00	R\$ 45.000,00	R\$ 48.250,00	R\$ 51.150,00	R\$ 50.965,00	R\$ 52.961,50	R\$ 51.157,65	R\$ 53.573,15	R\$ 59.230,75	R\$ 52.153,83	R\$ 55.369,21	R\$ 58.906,13	R\$ 52.796,75
<b>LUCRO BRUTO</b>	R\$ -	R\$ 32.624,70	R\$ 56.422,40	R\$ 57.260,70	R\$ 65.362,10	R\$ 75.020,30	R\$ 84.520,65	R\$ 90.021,55	R\$ 92.060,45	R\$ 106.833,87	R\$ 111.314,99	R\$ 115.694,47	R\$ 145.113,25
<b>CUSTOS/DESPESAS</b>	R\$ 96.797,00	R\$ 83.669,39	R\$ 83.751,39	R\$ 83.751,39	R\$ 83.751,39	R\$ 83.751,39	R\$ 83.751,39	R\$ 83.751,39	R\$ 83.751,39				
ALUGUEL DO CD	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00
FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ -	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39					
MENSALIDADE DO SITE	R\$ -	R\$ 15,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00				
CONTABILIDADE	R\$ -	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00					
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00					
SEGURO DO CD	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00
MARKETING	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00
EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ -
<b>LUCRO ANTES DO IMPOSTO</b>	<b>-R\$ 197.297,00</b>	<b>-R\$ 51.044,69</b>	<b>-R\$ 27.328,99</b>	<b>-R\$ 26.490,69</b>	<b>-R\$ 18.389,29</b>	<b>-R\$ 8.731,09</b>	<b>-R\$ 769,26</b>	<b>R\$ 6.270,16</b>	<b>R\$ 8.309,06</b>	<b>R\$ 23.082,48</b>	<b>R\$ 27.563,60</b>	<b>R\$ 31.943,08</b>	<b>R\$ 61.361,86</b>
IMPOSTO	R\$ -	R\$ 8.305,84	R\$ 11.199,95	R\$ 11.599,94	R\$ 12.447,00	R\$ 13.694,05	R\$ 14.517,58	R\$ 15.364,63	R\$ 16.188,16	R\$ 22.735,24	R\$ 23.835,84	R\$ 24.967,89	R\$ 28.301,13
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>-R\$ 197.297,00</b>	<b>-R\$ 59.350,53</b>	<b>-R\$ 38.528,94</b>	<b>-R\$ 38.090,63</b>	<b>-R\$ 30.836,29</b>	<b>-R\$ 22.425,14</b>	<b>-R\$ 13.748,32</b>	<b>-R\$ 9.094,47</b>	<b>-R\$ 7.879,10</b>	<b>R\$ 347,24</b>	<b>R\$ 3.727,76</b>	<b>R\$ 6.975,19</b>	<b>R\$ 33.060,73</b>
<b>LUCRO LÍQUIDO ANUAL DA DRE</b>	<b>ANO 0</b>	<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>							
	-R\$ 197.297,00	-R\$ 373.139,50	R\$ 17.601,97	R\$ 392.519,25	R\$ 417.008,57	R\$ 110.633,37							

### Apêndice D – DRE ano 2

Ano 2												
MÊS	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
FATURAMENTO	R\$ 201.868,02	R\$ 205.905,56	R\$ 210.023,67	R\$ 214.224,14	R\$ 220.660,86	R\$ 227.210,39	R\$ 234.088,50	R\$ 241.111,15	R\$ 248.344,49	R\$ 255.794,82	R\$ 263.468,67	R\$ 271.372,73
FORNecedores	R\$ 150.000,00	R\$ 80.000,00	R\$ 92.000,00	R\$ 95.680,00	R\$ 97.639,60	R\$ 99.545,47	R\$ 101.536,38	R\$ 101.536,38	R\$ 103.567,10	R\$ 105.638,45	R\$ 107.751,22	R\$ 109.906,24
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>R\$ 51.868,02</b>	<b>R\$ 125.905,56</b>	<b>R\$ 118.023,67</b>	<b>R\$ 118.544,14</b>	<b>R\$ 123.021,26</b>	<b>R\$ 127.664,92</b>	<b>R\$ 132.552,12</b>	<b>R\$ 139.574,77</b>	<b>R\$ 144.777,39</b>	<b>R\$ 150.156,37</b>	<b>R\$ 155.717,45</b>	<b>R\$ 161.466,49</b>
CUSTOS/DESPESAS	R\$ 90.547,47	R\$ 90.547,47	R\$ 90.547,47	R\$ 93.216,59	R\$ 98.598,10	R\$ 98.598,10	R\$ 98.598,10	R\$ 98.598,10				
ALUGUEL DO CD	R\$ 7.658,81											
FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ 45.171,33	R\$ 45.171,33	R\$ 45.171,33	R\$ 47.840,45	R\$ 53.221,96	R\$ 53.221,96	R\$ 53.221,96	R\$ 53.221,96				
MENSALIDADE DO SITE	R\$ 111,06											
CONTABILIDADE	R\$ 1.815,00											
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ 572,45											
SEGURO DO CD	R\$ 218,82											
MARKETING	R\$ 35.000,00											
EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ -	R\$ -	R\$ 400,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 400,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 400,00
<b>LUCRO ANTES DO IMPOSTO</b>	<b>-R\$ 38.679,45</b>	<b>R\$ 35.358,09</b>	<b>R\$ 27.476,20</b>	<b>R\$ 25.327,55</b>	<b>R\$ 29.804,67</b>	<b>R\$ 34.448,33</b>	<b>R\$ 39.335,53</b>	<b>R\$ 46.358,18</b>	<b>R\$ 46.179,29</b>	<b>R\$ 51.558,27</b>	<b>R\$ 57.119,35</b>	<b>R\$ 62.888,39</b>
IMPOSTO	R\$ 28.867,13	R\$ 29.444,50	R\$ 30.033,38	R\$ 30.634,05	R\$ 31.554,50	R\$ 32.491,09	R\$ 33.474,66	R\$ 34.478,89	R\$ 35.513,26	R\$ 36.578,66	R\$ 37.676,02	R\$ 38.806,30
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>-R\$ 67.546,58</b>	<b>R\$ 5.913,59</b>	<b>-R\$ 2.557,19</b>	<b>-R\$ 5.306,50</b>	<b>-R\$ 1.749,83</b>	<b>R\$ 1.957,25</b>	<b>R\$ 5.860,88</b>	<b>R\$ 11.879,29</b>	<b>R\$ 10.666,03</b>	<b>R\$ 14.979,61</b>	<b>R\$ 19.443,33</b>	<b>R\$ 24.062,09</b>

LUCRO LÍQUIDO ANUAL DA DRE	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
		R\$ 373.139,50	R\$ 17.601,97	R\$ 392.519,25	R\$ 417.008,57	R\$ 170.633,37

### Apêndice E – DRE ano 3

Ano 3												
MÊS	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
FATURAMENTO	R\$ 279.513,91	R\$ 287.839,32	R\$ 296.536,30	R\$ 305.432,39	R\$ 314.595,37	R\$ 324.033,23	R\$ 333.754,22	R\$ 343.766,85	R\$ 354.079,86	R\$ 364.702,25	R\$ 375.643,32	R\$ 386.912,62
FORNecedores	R\$ 180.000,00	R\$ 120.000,00	R\$ 122.400,00	R\$ 124.848,00	R\$ 127.344,96	R\$ 129.891,95	R\$ 132.489,69	R\$ 135.139,49	R\$ 137.842,28	R\$ 140.599,12	R\$ 143.411,10	R\$ 146.279,33
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>R\$ 99.513,91</b>	<b>R\$ 167.839,32</b>	<b>R\$ 174.136,30</b>	<b>R\$ 180.584,39</b>	<b>R\$ 187.250,41</b>	<b>R\$ 194.141,28</b>	<b>R\$ 201.264,53</b>	<b>R\$ 208.627,36</b>	<b>R\$ 216.237,58</b>	<b>R\$ 224.103,13</b>	<b>R\$ 232.232,22</b>	<b>R\$ 240.633,29</b>
CUSTOS/DESPESAS	R\$ 94.301,18	R\$ 94.301,18	R\$ 94.301,18	R\$ 97.157,14	R\$ 102.915,35	R\$ 102.915,35	R\$ 102.915,35	R\$ 102.915,35				
ALUGUEL DO CD	R\$ 8.011,12											
FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ 48.333,32	R\$ 48.333,32	R\$ 48.333,32	R\$ 51.189,28	R\$ 56.947,50	R\$ 56.947,50	R\$ 56.947,50	R\$ 56.947,50				
MENSALIDADE DO SITE	R\$ 118,83											
CONTABILIDADE	R\$ 1.996,50											
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ 612,52											
SEGURO DO CD	R\$ 228,89											
MARKETING	R\$ 35.000,00											
EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ -	R\$ -	R\$ 450,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 450,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 450,00
<b>LUCRO ANTES DO IMPOSTO</b>	<b>R\$ 5.212,73</b>	<b>R\$ 73.538,14</b>	<b>R\$ 79.835,12</b>	<b>R\$ 83.427,25</b>	<b>R\$ 90.093,27</b>	<b>R\$ 96.984,14</b>	<b>R\$ 104.107,39</b>	<b>R\$ 111.470,22</b>	<b>R\$ 113.322,23</b>	<b>R\$ 121.187,78</b>	<b>R\$ 129.316,87</b>	<b>R\$ 137.717,94</b>
IMPOSTO	R\$ 53.107,64	R\$ 54.689,47	R\$ 56.341,90	R\$ 58.032,15	R\$ 59.773,12	R\$ 61.566,31	R\$ 63.413,30	R\$ 65.315,70	R\$ 67.275,17	R\$ 69.293,43	R\$ 71.372,23	R\$ 73.513,40
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>-R\$ 47.894,91</b>	<b>R\$ 18.848,67</b>	<b>R\$ 23.493,22</b>	<b>R\$ 25.395,10</b>	<b>R\$ 30.320,15</b>	<b>R\$ 35.417,83</b>	<b>R\$ 40.694,09</b>	<b>R\$ 46.154,52</b>	<b>R\$ 46.047,05</b>	<b>R\$ 51.894,35</b>	<b>R\$ 57.944,64</b>	<b>R\$ 64.204,54</b>

LUCRO LÍQUIDO ANUAL DA DRE	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
		R\$ 373.139,50	R\$ 17.601,97	R\$ 392.519,25	R\$ 417.008,57	R\$ 170.633,37

### Apêndice F – DRE ano 4

Ano 4												
MÊS	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
FATURAMENTO	R\$ 391.527,65	R\$ 391.723,41	R\$ 391.919,28	R\$ 392.115,24	R\$ 392.311,29	R\$ 392.507,45	R\$ 392.703,70	R\$ 392.900,05	R\$ 393.096,50	R\$ 393.293,05	R\$ 393.489,70	R\$ 393.686,44
FORNECEDORES	R\$ 200.000,00	R\$ 153.593,29	R\$ 158.201,08	R\$ 162.947,12	R\$ 167.835,53	R\$ 172.870,60	R\$ 178.056,71	R\$ 183.398,42	R\$ 188.900,37	R\$ 194.567,38	R\$ 200.404,40	R\$ 206.416,53
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>R\$ 191.527,65</b>	<b>R\$ 238.130,12</b>	<b>R\$ 233.718,20</b>	<b>R\$ 229.168,12</b>	<b>R\$ 224.475,76</b>	<b>R\$ 219.636,85</b>	<b>R\$ 214.646,99</b>	<b>R\$ 209.501,63</b>	<b>R\$ 204.196,13</b>	<b>R\$ 198.725,67</b>	<b>R\$ 193.085,30</b>	<b>R\$ 187.269,91</b>
CUSTOS/DESPESAS	R\$ 98.315,31	R\$ 98.315,31	R\$ 98.315,31	R\$ 101.371,18								
ALUGUEL DO CD	R\$ 8.379,63											
FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ 51.716,66											
MENSALIDADE DO SITE	R\$ 130,71											
CONTABILIDADE	R\$ 2.193,50											
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ 655,40											
SEGURO DO CD	R\$ 239,42											
MARKETING	R\$ 35.000,00											
EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ -	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ -
<b>LUCRO ANTES DO IMPOSTO</b>	<b>R\$ 93.212,34</b>	<b>R\$ 139.814,81</b>	<b>R\$ 135.402,88</b>	<b>R\$ 127.796,93</b>	<b>R\$ 123.104,58</b>	<b>R\$ 118.265,66</b>	<b>R\$ 113.275,81</b>	<b>R\$ 108.130,45</b>	<b>R\$ 96.663,66</b>	<b>R\$ 91.193,20</b>	<b>R\$ 85.552,82</b>	<b>R\$ 79.737,44</b>
IMPOSTO	R\$ 74.390,25	R\$ 74.427,45	R\$ 74.464,66	R\$ 74.501,89	R\$ 74.539,15	R\$ 74.576,42	R\$ 74.613,70	R\$ 74.651,01	R\$ 74.688,34	R\$ 74.725,68	R\$ 74.763,04	R\$ 74.800,42
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>R\$ 18.822,08</b>	<b>R\$ 65.387,36</b>	<b>R\$ 60.938,22</b>	<b>R\$ 53.295,04</b>	<b>R\$ 48.565,43</b>	<b>R\$ 43.689,25</b>	<b>R\$ 38.662,11</b>	<b>R\$ 33.479,44</b>	<b>R\$ 21.975,32</b>	<b>R\$ 16.467,52</b>	<b>R\$ 10.789,78</b>	<b>R\$ 4.937,01</b>

LUCRO LÍQUIDO ANUAL DA DRE	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
		R\$ 373.139,50	R\$ 17.601,97	R\$ 392.519,25	R\$ 417.008,57	R\$ 170.633,37

### Apêndice G – DRE ano 5

Ano 5												
MÊS	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
FATURAMENTO	R\$ 398.519,99	R\$ 398.719,25	R\$ 398.918,61	R\$ 399.118,07	R\$ 399.317,63	R\$ 399.517,29	R\$ 399.717,05	R\$ 399.916,80	R\$ 400.116,56	R\$ 400.316,32	R\$ 400.517,08	R\$ 400.717,34
FORNECEDORES	R\$ 200.000,00	R\$ 200.400,00	R\$ 200.800,80	R\$ 201.202,40	R\$ 201.604,81	R\$ 202.008,02	R\$ 202.412,03	R\$ 202.816,86	R\$ 203.222,49	R\$ 203.628,93	R\$ 204.036,19	R\$ 204.444,27
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>R\$ 198.519,99</b>	<b>R\$ 198.319,25</b>	<b>R\$ 198.117,81</b>	<b>R\$ 197.915,67</b>	<b>R\$ 197.712,82</b>	<b>R\$ 197.509,27</b>	<b>R\$ 197.305,01</b>	<b>R\$ 197.100,05</b>	<b>R\$ 196.894,37</b>	<b>R\$ 196.687,99</b>	<b>R\$ 196.480,89</b>	<b>R\$ 196.273,07</b>
CUSTOS/DESPESAS	R\$ 102.606,33	R\$ 102.606,33	R\$ 102.606,33	R\$ 105.876,11	R\$ 112.468,70	R\$ 112.468,70	R\$ 112.468,70	R\$ 112.468,70				
ALUGUEL DO CD	R\$ 8.765,09											
FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ 55.336,82	R\$ 55.336,82	R\$ 55.336,82	R\$ 58.606,61	R\$ 65.199,19	R\$ 65.199,19	R\$ 65.199,19	R\$ 65.199,19				
MENSALIDADE DO SITE	R\$ 139,86											
CONTABILIDADE	R\$ 2.412,85											
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ 701,28											
SEGURO DO CD	R\$ 250,43											
MARKETING	R\$ 35.000,00											
EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 550,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 550,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 550,00	R\$ -
<b>LUCRO ANTES DO IMPOSTO</b>	<b>R\$ 95.913,66</b>	<b>R\$ 95.712,92</b>	<b>R\$ 95.511,48</b>	<b>R\$ 92.039,55</b>	<b>R\$ 91.836,71</b>	<b>R\$ 91.633,16</b>	<b>R\$ 91.428,90</b>	<b>R\$ 91.223,93</b>	<b>R\$ 84.425,68</b>	<b>R\$ 84.219,29</b>	<b>R\$ 84.012,19</b>	<b>R\$ 83.804,38</b>
IMPOSTO	R\$ 75.718,80	R\$ 75.756,66	R\$ 75.794,54	R\$ 75.832,43	R\$ 75.870,35	R\$ 75.908,28	R\$ 75.946,24	R\$ 75.984,21	R\$ 76.022,20	R\$ 76.060,21	R\$ 76.098,25	R\$ 76.136,29
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>R\$ 20.194,86</b>	<b>R\$ 19.956,26</b>	<b>R\$ 19.716,94</b>	<b>R\$ 16.207,12</b>	<b>R\$ 15.966,36</b>	<b>R\$ 15.724,87</b>	<b>R\$ 15.482,66</b>	<b>R\$ 15.239,72</b>	<b>R\$ 8.403,47</b>	<b>R\$ 8.159,07</b>	<b>R\$ 7.913,95</b>	<b>R\$ 7.668,08</b>

LUCRO LÍQUIDO ANUAL DA DRE	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
		R\$ 373.139,50	R\$ 17.601,97	R\$ 392.519,25	R\$ 417.008,57	R\$ 170.633,37

### Apêndice H– Fluxo de caixa dos 12 primeiros meses

MÊS	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
CAIXA INICIAL	+ R\$ 150.000,00	R\$ -											
A RECEBER	+ R\$ -	R\$ 77.624,70	R\$ 104.672,40	R\$ 108.410,70	R\$ 116.327,10	R\$ 127.981,80	R\$ 135.678,30	R\$ 143.594,70	R\$ 151.291,20	R\$ 158.987,70	R\$ 166.684,20	R\$ 174.600,60	R\$ 197.910,00
FORNECEDORES A PAGAR	- R\$ -	R\$ -	R\$ 7.500,00	R\$ 15.750,00	R\$ 17.325,00	R\$ 19.057,50	R\$ 20.963,25	R\$ 23.059,58	R\$ 25.365,41	R\$ 27.901,96	R\$ 30.692,30	R\$ 33.941,53	R\$ 37.137,68
ALUGUEL DO CD	- R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00											
FOLHA DE PAGAMENTO	- R\$ -	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39	R\$ 41.785,70	R\$ 46.486,12	R\$ 46.486,12	R\$ 46.486,12	R\$ 71.486,00					
MENSALIDADE DO SITE	- R\$ -	R\$ 15,00	R\$ 97,00										
CONTABILIDADE	- R\$ -	R\$ 1.500,00											
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	- R\$ -	R\$ 500,00											
SEGURO DO CD	- R\$ 200,00	R\$ 200,00											
MARKETING	- R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00											
RESULTADO CAIXA MÊS	R\$ 107.800,00	R\$ 6.044,69	R\$ 13.421,01	R\$ 6.578,00	R\$ 12.919,40	R\$ 22.841,60	R\$ 28.632,35	R\$ 34.452,42	R\$ 35.142,68	R\$ 40.302,63	R\$ 45.208,79	R\$ 49.875,96	R\$ 44.989,33
FLUXO DE CAIXA TOTAL	R\$ 107.800,00	R\$ 101.755,31	R\$ 115.176,32	R\$ 121.754,32	R\$ 134.673,72	R\$ 157.515,32	R\$ 186.147,67	R\$ 220.600,09	R\$ 255.742,77	R\$ 296.045,39	R\$ 341.254,18	R\$ 391.130,13	R\$ 436.119,46

FORNECEDORES A PAGAR	
CONDIÇÃO DE PAGAMENTO: 30/60 DDL	
FLUXO DE PAGAMENTO DE CONTAS A PAGAR	
MÊS	00
A PAGAR TOTAL	R\$ -
PARCELAS	R\$ -
FLUXO DE PAGAMENTO	R\$ 7.500,00

RELAÇÃO AO IMPOSTO SIMPLES NACIONAL	
MÊS	01
FATURAMENTO	R\$ 77.624,70
PROPORCIONAL AO ANO	R\$ 931.496,40
FAIXA DA ALÍQUOTA	10,70%

### Apêndice I – Projeções de custos

Ano 0		00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	
QUANTIDADE DE VENDAS		-	353	476	493	529	582	617	653	688	723	758	794	
Custos Fixos	ALUGUEL DO CD	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00					
	FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ -	R\$ 39.454,39	R\$ 39.454,39	R\$ 41.785,70	R\$ 41.785,70	R\$ 41.785,70	R\$ 41.785,70	R\$ 41.785,70	R\$ 46.486,12	R\$ 46.486,12	R\$ 46.486,12	R\$ 71.486,00	
	MENSALIDADE DO SITE	R\$ -	R\$ 15,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	R\$ 97,00	
	CONTABILIDADE	R\$ -	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	
	ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	
	SEGURO DO CD	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00					
	MARKETING	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00					
	EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00
	IMPOSTO	R\$ -	R\$ 8.305,84	R\$ 11.199,95	R\$ 11.599,94	R\$ 12.447,00	R\$ 13.694,05	R\$ 14.517,58	R\$ 15.364,63	R\$ 16.188,16	R\$ 17.035,24	R\$ 17.907,92	R\$ 18.807,24	R\$ 19.734,28
	ETIQUETAS	R\$ -	R\$ 42,00	R\$ 63,00	R\$ 84,00	R\$ 105,00	R\$ 126,00	R\$ 147,00	R\$ 168,00	R\$ 189,00	R\$ 210,00	R\$ 231,00	R\$ 252,00	R\$ 273,00
EMBALAGEM	R\$ -	R\$ 240,00	R\$ 360,00	R\$ 480,00	R\$ 600,00	R\$ 720,00	R\$ 840,00	R\$ 960,00	R\$ 1.080,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.320,00	R\$ 1.440,00	R\$ 1.560,00	
CAIXA INICIAL	R\$ 150.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -					
GASTO TOTAL	R\$ 192.500,00	R\$ 92.257,23	R\$ 95.574,34	R\$ 98.246,64	R\$ 99.534,70	R\$ 100.622,75	R\$ 101.587,28	R\$ 102.875,33	R\$ 108.240,28	R\$ 114.928,36	R\$ 116.169,96	R\$ 117.743,01		
CUSTO FIXO TOTAL	R\$ 42.200,00	R\$ 83.669,39	R\$ 83.751,39	R\$ 86.082,70	R\$ 86.082,70	R\$ 86.082,70	R\$ 86.082,70	R\$ 86.082,70	R\$ 90.783,12	R\$ 90.783,12	R\$ 90.783,12	R\$ 90.783,12		
CUSTO VARIÁVEL TOTAL S/ IMPOSTO	R\$ 150.300,00	R\$ 282,00	R\$ 423,00	R\$ 564,00	R\$ 1.005,00	R\$ 846,00	R\$ 987,00	R\$ 1.428,00	R\$ 1.269,00	R\$ 1.410,00	R\$ 1.551,00	R\$ 1.992,00		
GASTO TOTAL ANUAL		ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5							
		R\$ 192.500,00	R\$ 296.625,00	R\$ 382.739,28	R\$ 538.858,00	R\$ 1.265.717,75	R\$ 961.085,70							

Ano 1		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	
QUANTIDADE DE VENDAS		908	912	921	928	934	936	943	949	957	973	977	983	
Custos Fixos	ALUGUEL DO CD	R\$ 7.322,00	R\$ 7.322,00	R\$ 7.322,00	R\$ 7.322,00	R\$ 7.322,00	R\$ 7.322,00	R\$ 7.322,00	R\$ 7.322,00					
	FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ 42.216,20	R\$ 42.216,20	R\$ 42.216,20	R\$ 44.710,70	R\$ 44.710,70	R\$ 44.710,70	R\$ 44.710,70	R\$ 44.710,70	R\$ 49.740,15	R\$ 49.740,15	R\$ 49.740,15	R\$ 49.740,15	
	MENSALIDADE DO SITE	R\$ 103,79	R\$ 103,79	R\$ 103,79	R\$ 103,79	R\$ 103,79	R\$ 103,79	R\$ 103,79	R\$ 103,79					
	CONTABILIDADE	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00					
	ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ 335,00	R\$ 335,00	R\$ 335,00	R\$ 335,00	R\$ 335,00	R\$ 335,00	R\$ 335,00	R\$ 335,00					
	SEGURO DO CD	R\$ 209,20	R\$ 209,20	R\$ 209,20	R\$ 209,20	R\$ 209,20	R\$ 209,20	R\$ 209,20	R\$ 209,20					
	MARKETING	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00					
	EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ -	R\$ -	R\$ 350,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 350,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 350,00
	IMPOSTO	R\$ 273,00	R\$ 284,00	R\$ 315,00	R\$ 336,00	R\$ 357,00	R\$ 378,00	R\$ 399,00	R\$ 420,00	R\$ 441,00	R\$ 462,00	R\$ 483,00	R\$ 504,00	
	EMBALAGEM	R\$ 1.452,00	R\$ 1.484,00	R\$ 1.476,00	R\$ 1.488,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.512,00	R\$ 1.524,00	R\$ 1.536,00	R\$ 1.548,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.572,00	R\$ 1.584,00	
CAIXA INICIAL	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -		
GASTO TOTAL	R\$ 88.761,19	R\$ 88.794,19	R\$ 89.177,19	R\$ 91.354,69	R\$ 91.387,69	R\$ 91.420,69	R\$ 91.803,69	R\$ 91.486,69	R\$ 96.549,14	R\$ 96.582,14	R\$ 96.965,14	R\$ 96.648,14		
CUSTO FIXO TOTAL	R\$ 87.036,19	R\$ 87.036,19	R\$ 87.036,19	R\$ 89.530,69	R\$ 89.530,69	R\$ 89.530,69	R\$ 89.530,69	R\$ 89.530,69	R\$ 94.560,14	R\$ 94.560,14	R\$ 94.560,14	R\$ 94.560,14		
CUSTO VARIÁVEL TOTAL S/ IMPOSTO	R\$ 1.725,00	R\$ 1.758,00	R\$ 2.141,00	R\$ 1.824,00	R\$ 1.857,00	R\$ 1.890,00	R\$ 2.273,00	R\$ 1.956,00	R\$ 1.989,00	R\$ 2.022,00	R\$ 2.405,00	R\$ 2.088,00		
GASTO TOTAL ANUAL		ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5							
		R\$ 192.500,00	R\$ 296.625,00	R\$ 382.739,28	R\$ 538.858,00	R\$ 1.265.717,75	R\$ 961.085,70							

Ano 2													
MÊS	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	
QUANTIDADE DE VENDAS	1196	1211	1219	1232	1249	1256	1273	1280	1288	1296	1299	1310	
ALUGUEL DO CD	R\$ 7.658,81	R\$ 7.658,81	R\$ 7.658,81	R\$ 7.658,81	R\$ 7.658,81	R\$ 7.658,81	R\$ 7.658,81	R\$ 7.658,81	R\$ 7.658,81				
FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ 45.171,33	R\$ 45.171,33	R\$ 45.171,33	R\$ 47.840,45	R\$ 47.840,45	R\$ 47.840,45	R\$ 47.840,45	R\$ 47.840,45	R\$ 47.840,45	R\$ 53.221,96	R\$ 53.221,96	R\$ 53.221,96	R\$ 53.221,96
MENSALIDADE DO SITE	R\$ 111,06	R\$ 111,06	R\$ 111,06	R\$ 111,06	R\$ 111,06	R\$ 111,06	R\$ 111,06	R\$ 111,06	R\$ 111,06				
CONTABILIDADE	R\$ 1.815,00	R\$ 1.815,00	R\$ 1.815,00	R\$ 1.815,00	R\$ 1.815,00	R\$ 1.815,00	R\$ 1.815,00	R\$ 1.815,00	R\$ 1.815,00				
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ 572,45	R\$ 572,45	R\$ 572,45	R\$ 572,45	R\$ 572,45	R\$ 572,45	R\$ 572,45	R\$ 572,45	R\$ 572,45				
SEGURO DO CD	R\$ 218,22	R\$ 218,22	R\$ 218,22	R\$ 218,22	R\$ 218,22	R\$ 218,22	R\$ 218,22	R\$ 218,22	R\$ 218,22				
MARKETING	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00				
EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ -	R\$ -	R\$ 400,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 400,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 400,00	R\$ -
IMPOSTO	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -				
ETIQUETAS	R\$ 516,00	R\$ 528,00	R\$ 540,00	R\$ 552,00	R\$ 564,00	R\$ 576,00	R\$ 588,00	R\$ 600,00	R\$ 612,00	R\$ 624,00	R\$ 636,00	R\$ 648,00	R\$ 660,00
EMBALAGEM	R\$ 1.596,00	R\$ 1.608,00	R\$ 1.620,00	R\$ 1.632,00	R\$ 1.644,00	R\$ 1.656,00	R\$ 1.668,00	R\$ 1.680,00	R\$ 1.692,00	R\$ 1.704,00	R\$ 1.716,00	R\$ 1.728,00	R\$ 1.740,00
CAIXA INICIAL	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -				
GASTO TOTAL	R\$ 92.659,47	R\$ 92.683,47	R\$ 93.107,47	R\$ 95.400,59	R\$ 95.424,59	R\$ 95.448,59	R\$ 95.872,59	R\$ 95.496,59	R\$ 100.902,10	R\$ 100.926,10	R\$ 101.350,10	R\$ 100.974,10	
CUSTO FIXO TOTAL	R\$ 90.547,47	R\$ 90.547,47	R\$ 90.547,47	R\$ 93.216,59	R\$ 93.216,59	R\$ 93.216,59	R\$ 93.216,59	R\$ 93.216,59	R\$ 98.596,10	R\$ 98.596,10	R\$ 98.596,10	R\$ 98.596,10	R\$ 98.596,10
CUSTO VARIÁVEL TOTAL S/ IMPOSTO	R\$ 2.112,00	R\$ 2.136,00	R\$ 2.560,00	R\$ 2.184,00	R\$ 2.208,00	R\$ 2.232,00	R\$ 2.656,00	R\$ 2.280,00	R\$ 2.304,00	R\$ 2.328,00	R\$ 2.752,00	R\$ 2.378,00	
GASTO TOTAL ANUAL	ANO 0 R\$ 192.500,00	ANO 1 R\$ 286.825,00	ANO 2 R\$ 382.739,28	ANO 3 R\$ 538.858,00	ANO 4 R\$ 1.265.717,75	ANO 5 R\$ 961.085,70							

Ano 3													
MÊS	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	
QUANTIDADE DE VENDAS	1396	1450	1502	1535	1709	1789	1867	1976	2000	2025	2016	2010	
ALUGUEL DO CD	R\$ 8.011,12	R\$ 8.011,12	R\$ 8.011,12	R\$ 8.011,12	R\$ 8.011,12	R\$ 8.011,12	R\$ 8.011,12	R\$ 8.011,12	R\$ 8.011,12				
FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ 48.333,32	R\$ 48.333,32	R\$ 48.333,32	R\$ 51.189,28	R\$ 51.189,28	R\$ 51.189,28	R\$ 51.189,28	R\$ 51.189,28	R\$ 51.189,28	R\$ 56.947,50	R\$ 56.947,50	R\$ 56.947,50	R\$ 56.947,50
MENSALIDADE DO SITE	R\$ 118,83	R\$ 118,83	R\$ 118,83	R\$ 118,83	R\$ 118,83	R\$ 118,83	R\$ 118,83	R\$ 118,83	R\$ 118,83				
CONTABILIDADE	R\$ 1.996,50	R\$ 1.996,50	R\$ 1.996,50	R\$ 1.996,50	R\$ 1.996,50	R\$ 1.996,50	R\$ 1.996,50	R\$ 1.996,50	R\$ 1.996,50				
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ 612,52	R\$ 612,52	R\$ 612,52	R\$ 612,52	R\$ 612,52	R\$ 612,52	R\$ 612,52	R\$ 612,52	R\$ 612,52				
SEGURO DO CD	R\$ 228,89	R\$ 228,89	R\$ 228,89	R\$ 228,89	R\$ 228,89	R\$ 228,89	R\$ 228,89	R\$ 228,89	R\$ 228,89				
MARKETING	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00				
EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ -	R\$ -	R\$ 450,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 450,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 450,00	R\$ -
IMPOSTO	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -				
ETIQUETAS	R\$ 660,00	R\$ 672,00	R\$ 684,00	R\$ 696,00	R\$ 708,00	R\$ 720,00	R\$ 732,00	R\$ 744,00	R\$ 756,00	R\$ 768,00	R\$ 780,00	R\$ 792,00	R\$ 792,00
EMBALAGEM	R\$ 1.733,00	R\$ 1.738,00	R\$ 1.743,00	R\$ 1.748,00	R\$ 1.753,00	R\$ 1.758,00	R\$ 1.763,00	R\$ 1.768,00	R\$ 1.773,00	R\$ 1.778,00	R\$ 1.783,00	R\$ 1.788,00	R\$ 1.788,00
CAIXA INICIAL	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -				
GASTO TOTAL	R\$ 96.694,18	R\$ 96.711,18	R\$ 97.176,18	R\$ 99.601,14	R\$ 99.618,14	R\$ 99.635,14	R\$ 100.102,14	R\$ 99.669,14	R\$ 105.444,35	R\$ 105.461,35	R\$ 105.928,35	R\$ 105.496,35	
CUSTO FIXO TOTAL	R\$ 94.301,18	R\$ 94.301,18	R\$ 94.301,18	R\$ 97.157,14	R\$ 97.157,14	R\$ 97.157,14	R\$ 97.157,14	R\$ 97.157,14	R\$ 102.915,35				
CUSTO VARIÁVEL TOTAL S/ IMPOSTO	R\$ 2.393,00	R\$ 2.410,00	R\$ 2.877,00	R\$ 2.444,00	R\$ 2.461,00	R\$ 2.478,00	R\$ 2.945,00	R\$ 2.512,00	R\$ 2.529,00	R\$ 2.546,00	R\$ 3.013,00	R\$ 2.580,00	
GASTO TOTAL ANUAL	ANO 0 R\$ 192.500,00	ANO 1 R\$ 286.825,00	ANO 2 R\$ 382.739,28	ANO 3 R\$ 538.858,00	ANO 4 R\$ 1.265.717,75	ANO 5 R\$ 961.085,70							

Ano 4													
MÊS	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	
QUANTIDADE DE VENDAS	2208	2249	2288	2325	2364	2421	2447	2461	2433	2416	2408	2395	
ALUGUEL DO CD	R\$ 8.379,63	R\$ 8.379,63	R\$ 8.379,63	R\$ 8.379,63	R\$ 8.379,63	R\$ 8.379,63	R\$ 8.379,63	R\$ 8.379,63	R\$ 8.379,63				
FOLHA DE PAGAMENTO	R\$ 51.716,66	R\$ 51.716,66	R\$ 51.716,66	R\$ 54.772,53	R\$ 54.772,53	R\$ 54.772,53	R\$ 54.772,53	R\$ 54.772,53	R\$ 60.933,82				
MENSALIDADE DO SITE	R\$ 130,71	R\$ 130,71	R\$ 130,71	R\$ 130,71	R\$ 130,71	R\$ 130,71	R\$ 130,71	R\$ 130,71	R\$ 130,71				
CONTABILIDADE	R\$ 2.193,50	R\$ 2.193,50	R\$ 2.193,50	R\$ 2.193,50	R\$ 2.193,50	R\$ 2.193,50	R\$ 2.193,50	R\$ 2.193,50	R\$ 2.193,50				
ÁGUA/LUZ/TELEFONE	R\$ 655,40	R\$ 655,40	R\$ 655,40	R\$ 655,40	R\$ 655,40	R\$ 655,40	R\$ 655,40	R\$ 655,40	R\$ 655,40				
SEGURO DO CD	R\$ 239,42	R\$ 239,42	R\$ 239,42	R\$ 239,42	R\$ 239,42	R\$ 239,42	R\$ 239,42	R\$ 239,42	R\$ 239,42				
MARKETING	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00				
EPI PARA OS FUNCIONÁRIOS	R\$ -	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ -
IMPOSTO	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -				
ETIQUETAS	R\$ 804,00	R\$ 816,00	R\$ 828,00	R\$ 840,00	R\$ 852,00	R\$ 864,00	R\$ 876,00	R\$ 888,00	R\$ 900,00	R\$ 912,00	R\$ 924,00	R\$ 936,00	R\$ 936,00
EMBALAGEM	R\$ 1.793,00	R\$ 1.798,00	R\$ 1.803,00	R\$ 1.808,00	R\$ 1.813,00	R\$ 1.818,00	R\$ 1.823,00	R\$ 1.828,00	R\$ 1.833,00	R\$ 1.838,00	R\$ 1.843,00	R\$ 1.848,00	R\$ 1.848,00
CAIXA INICIAL	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -				
GASTO TOTAL	R\$ 100.912,31	R\$ 100.929,31	R\$ 101.446,31	R\$ 104.019,18	R\$ 104.036,18	R\$ 104.053,18	R\$ 104.570,18	R\$ 104.087,18	R\$ 110.265,48	R\$ 110.282,48	R\$ 110.799,48	R\$ 110.316,48	
CUSTO FIXO TOTAL	R\$ 98.315,31	R\$ 98.315,31	R\$ 98.315,31	R\$ 101.371,18	R\$ 101.371,18	R\$ 101.371,18	R\$ 101.371,18	R\$ 101.371,18	R\$ 107.532,48				
CUSTO VARIÁVEL TOTAL S/ IMPOSTO	R\$ 2.597,00	R\$ 2.614,00	R\$ 3.131,00	R\$ 2.648,00	R\$ 2.665,00	R\$ 2.682,00	R\$ 3.199,00	R\$ 2.716,00	R\$ 2.733,00	R\$ 2.750,00	R\$ 3.267,00	R\$ 2.784,00	
GASTO TOTAL ANUAL	ANO 0 R\$ 192.500,00	ANO 1 R\$ 286.825,00	ANO 2 R\$ 382.739,28	ANO 3 R\$ 538.858,00	ANO 4 R\$ 1.265.717,75	ANO 5 R\$ 961.085,70							

**Apêndice J – Payback, VPL e TIR**

<b>VPL</b>		<b>Taxa de desconto</b>
Ano 1	R\$ 200.399,63	10%
Ano 2	R\$ 271.774,33	Por ser um mercado em crescimento com forte demanda, a taxa de desconto de 10% se faz justa
Ano 3	R\$ 329.250,91	
Ano 4	R\$ 420.858,95	
Ano 5	R\$ 512.190,52	
Investimento inicial	R\$ 346.797,00	
Viabilidade Financeira	R\$ 387.676,37	<b>Projeto viável</b>

<b>PAYBACK</b>
19 Meses

<b>PONTO DE EQUILÍBRIO</b>	
RECEITA ANO 1	R\$ 2.374.920,00
CAIXA INICIAL	R\$ 150.000,00
CUSTOS FIXOS	R\$ 1.118.949,76
CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 163.890,00
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	R\$ 198,24
LUCRO	R\$ 1.499.883,84
PREÇO	R\$ 219,90
PE QUANTIDADE ANUAL	5.644
PE VALOR ANUAL	R\$ 1.241.115,60

<b>TIR</b>
10,47%