



FRANCISCO GLERISTON RODRIGUES VIEIRA

MARCIO PESSOA SIPAUBA

PLANO DE NEGÓCIO

PET SHOP – IPET

FORTALEZA

2013.1

FRANCISCO GLERISTON RODRIGUES VIEIRA

MARCIO PESSOA SIPAUBA

PLANO DE NEGÓCIO

PET SHOP – IPET

Plano de Negócio apresentado ao curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza – FAMETRO, como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel.

Sob a orientação do Prof. M.e Felipe Emerson Teixeira Neri.

**FORTALEZA
2013.1**

FRANCISCO GLERISTON RODRIGUES VIEIRA

MARCIO PESSOA SIPAUBA

PLANO DE NEGÓCIO

PET SHOP – IPET

Este estudo monográfico foi apresentado como requisito parcial para obtenção da titulação de Bacharel Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza – FAMETRO – tendo sido aprovado pela banca examinadora composta pelos professores.

Aprovado dia 22/06/2013

BANCA EXAMINADORA

Prof. M.e Felipe Emerson Teixeira Neri

Prof. M.e Andson de Freitas Viana

Prof. M.e Zaíla Maria Oliveira de Castro Rodrigues

SUMÁRIO

1SUMÁRIO EXECUTIVO	04
1.1 Produtos e Serviços.....	04
1.2 Localização.....	04
1.2.1 Proximidade de Clientes e Parceiros.....	05
1.2.2 Disponibilidade de Utilidade de Meios e Acessos.....	05
1.3 Estado das Instalações.....	05
1.4 Expansão.....	06
1.5 Equipe Dirigente.....	06
1.6 Descrição Legal.....	07
2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	08
2.1 Missão e Visão.....	08
2.2 Análise Econômica.....	09
2.3 Análise SWOT.....	09
3 PLANO DE MARKETING	11
3.1 Produtos.....	11
3.2 Fornecedores.....	11
3.3 Promoção.....	12
3.4 Clientes.....	12
4 PESQUISA DE MERCADO	14
5 PLANO DE OPERAÇÕES	15
6 PLANO FINANCEIRO	16
CONSIDERAÇÕES FINAIS – TESTE DE VIABILIDADE.....	18
REFERÊNCIAS IBLIOGRÁFICAS.....	19
ANEXO.....	20

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A ideia da criação de uma empresa cujo nome fantasia será *ipet*, surgiu porque no bairro Vila Manoel Sátiro não há nenhum pet shop, observou-se que existe uma possibilidade, pois pessoas que moram no bairro tem que se deslocar para bairros vizinhos em busca de serviços e produtos diferenciados para seus animais.

Com o avanço da tecnologia e o grande uso das redes sociais a empresa *ipet* pretende fidelizar e buscar novos clientes através dos diversos canais de relacionamentos e fazer de seu ambiente físico um lugar agradável e interativo com conforto tanto para seus clientes como para os animais que ali frequentarem.

Este trabalho tem como objetivo apresentar a análise de viabilidade da abertura de um pet shop no bairro Vila Manoel Sátiro – Fortaleza – CE, que tem como principal objetivo destinar seus serviços para cães e gatos, como: banho e tosa e comercio de produtos como:rações, alimentos em geral e acessórios para cães, gatos, aves, roedores e pássaros.

1.1 Produtos e Serviços

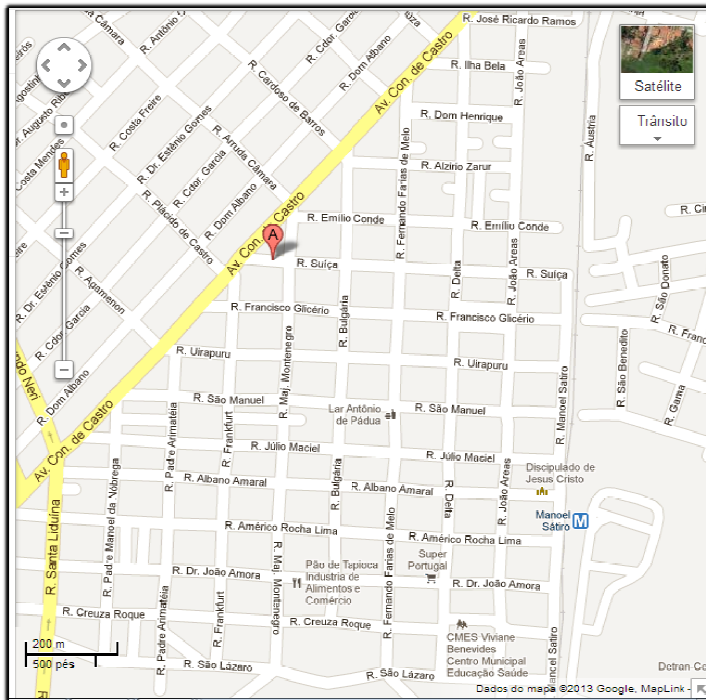
Produtos: Comercio de rações e alimentos em geral e acessórios destinados a cães, gatos, aves, roedores e pássaros.

Serviços: Banho, tosa, leva e traz animais e internet banda larga para clientes.

1.2 Localização

O empreendimento estará situado na rua Suíça , 1022 – Vila Manoel Sátiro, CEP 60.711-030 – Fortaleza – CE.

Figura 1 – Localização



Fonte: GOOGLE MAPS, 2013.

1.2.1 Proximidade de Clientes e Parceiros

O local onde a empresa se localizara não esta relacionada diretamente a aspectos mercadológicos, como fabrica de rações e lojas pet. A empresa ficara próxima de outras segmentações de mercado: salão de beleza, farmácias, supermercados, escolas, frigorífico, lojas de roupas, loja de calçados e academia.

Assim a empresa pretende trabalhar forte no seu marketing para atrair clientes e parceiros dos diversos ramos comerciais existentes onde a mesma esta situada.

1.2.2 Disponibilidade de Utilidades e Meios de Acessos

O local oferece água, saneamento, energia elétrica, telefone, internet bandalarga e fácil acesso de transporte, seja público ou particular e contém estacionamento para dez vagas.

1.3 Estado das Instalações e Necessidade de Reformas

O espaço necessita de obras civis: pintura, dois tanques de um metro e cinquenta de largura por setenta centímetros de profundidade para banho, duas bancadas de um metro e setenta de comprimento e oitenta centímetros de largura para secar e tosar, duas divisórias de vidro no tamanho de dois metros e meio de largura por setenta centímetros de altura e uma porta automática de vidro.

Será necessário adquirir os seguintes equipamentos: dois computadores completos, uma mesa de escritório, uma impressora, cinco cadeiras para escritório, quinze gôndolas de parede, três gôndolas central, um frigobar, um bebedor de água, um sofá, quatro poltronas, uma TV e acessórios para serviços como banho e tosa.

Estimando-se um investimento inicial de: Trinta e cinco mil e noventa e oito reais, conforme orçamento em anexo.

1.4 Expansão

A empresa não irá expandir nos próximos dois anos.

1.5 Equipe Dirigente

O empreendimento será constituído por Marcio Pessoa Sipaubá, sócio proprietário, brasileiro, casado, registrado sob RG 246XXXXXX¹SSP, e com CPF 123.XXX.XXX.-XX², residente e domiciliado no município de Fortaleza e estado do Ceará, no endereço residencial, Rua São Bernardo , 1238, Bairro Álvaro Weyne, CEP60.336.250 –Brasil. Graduando em Administração pela Faculdade Metropolitana de Fortaleza – FAMETRO, possui experiência na área financeira e Francisco Gleriston Rodrigues Vieira, sócio proprietário, brasileiro, casado, registrado sob RG 9800XXXXXX³SSP, e com CPF 917.XXX.-XX⁴, residente e domiciliado no município de Fortaleza e estado do Ceará, no endereço residencial, Rua Suíça, 1007, Bairro Manoel Sátiro, CEP 60.711.030 Brasil. Graduando em Administração pela

¹ Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

² Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

³ Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

⁴ Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

Faculdade Metropolitana de Fortaleza – FAMETRO, possui experiência na administrativa.

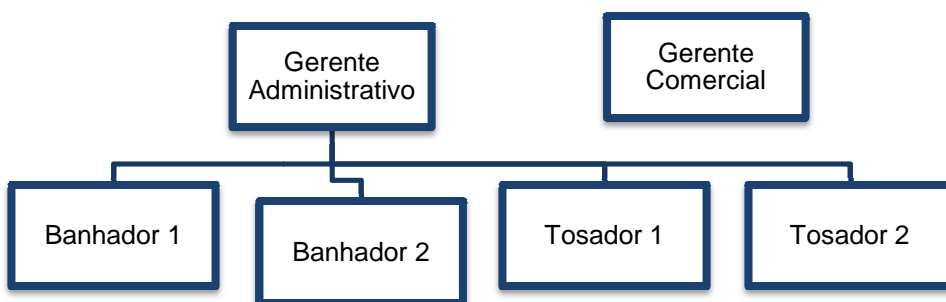


Figura 2 - Organograma

1.6 Descrição Legal

Conforme Lei Complementar Federal 123/2006 e Resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN) 95/2011 que regulamentam o enquadramento de empresas de pequeno porte e optando do simples nacional. A empresa prever receita bruta anual de até R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

A empresa é constituída sob a forma de sociedade simples limitada, com código de atividade econômica (CNAE) 9609-2/03 ALOJAMENTO, HIGIENE E EMBELEZAMENTO DE ANIMAIS.

2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Segundo Kotler (1992 apud ANDREUZZA, 2013), “planejamento estratégico é definido como processo gerencial de desenvolver e manter uma adequação razoável entre os objetivos e recursos da empresa e as mudanças e oportunidades de mercado”.

De acordo com SERTEK, GUIDANI e MARTINS (2007, pag.43) “O Planejamento Estratégico é o processo que determina como a organização pode chegar onde deseja e o que fará para executar seus objetivos”.

Desta forma o planejamento estratégico aborda os itens necessários para a estruturação da empresa e verificação de seu desempenho dentro do segmento que atua.

A empresa *ipet* pretende ganhar a confiabilidade e de seus clientes e ser reconhecida no período de um ano como referencia em seus produtos e serviços prestados, para isso a empresa pretende trabalhar com produtos de qualidade; trabalhar forte seus canais de relacionamentos nas redes sócias. No segundo ano a empresa pretende reforçar a marca, recuperar o investimento e ampliar a estrutura para o aumento da produtividade.

2.1 Missão e Visão

A empresa que não tem uma visão e missão definida terá dificuldades no alcance de seus objetivos.

Segundo Chiavenato (2010, pag.62), “A missão representa a razão de existência de uma organização. Significa a finalidade ou o motivo pelo qual a organização foi criada e para que ela deve servir”

A empresa *Ipel* tem como missão cuidar bem dos animais e ser referencial na prestação de serviços.

Outra fundamentação da empresa é a Visão que, ainda, de acordo com Chiavenato (2010, pág.65), “É a imagem que a organização tem a respeito de si mesma e do seu futuro. É o ato de ver a si própria projetada no espaço e no tempo”.

A empresa *ipet* tem como visão atingir excelência nos serviços e produtos e no período de um ano ser reconhecida na grande Fortaleza como empresa que cuida bem dos animais de estimação, oferecendo serviços de qualidade sempre que for solicitado.

2.2 Análise Econômica

Com o crescimento do mercado Pet em todo o Brasil devido o consumo dos serviços e produtos este mercado torna-se cada vez mais atraente.

Segundo uma pesquisa realizada pela GS&D – Gouvêa de Souza, só em 2011^o mercado aumentou 4,5% em comparação a 2010, e lucrou mais de R\$ 13 bilhões. Para o final deste ano, a expectativa é superar R\$ 12,7 bilhões (VERONESI 2012).

A empresa *ipet* desta forma visa oportunidade de crescimento em decorrência do aumento do mercado nos últimos anos. Nota-se uma oportunidade neste ramo de negocio que deverá ser analisada para a instalação da empresa *ipet* no bairro Vila Manoel Sátiro.

2.3 Análise SWOT

A análise de ambientes, também conhecida como Análise *SWOT*⁵, *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* e *Threats* que significam respectivamente forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

O grande objetivo da matriz SWOT é a identificação dos rumos que a organização deverá seguir e quais os passos para que ela atinja seus objetivos estratégicos. Portanto, o resultado da análise ambiental através da matriz SWOT é a definição dos objetivos estratégicos e metas para a organização. (Matos; Matos e Almeida, 2007. p.154).

⁵ Ou Análise FOFA (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças).

Desta forma foram identificados os aspectos mais relevantes para a elaboração da análise SWOT descrita abaixo.

AMEAÇAS:

Concorrência de lojas de outros segmentos que vendem o mesmo produto.

Ausência de barreira de entrada para novos entrantes.

OPORTUNIDADES:

Crescimento do segmento no mercado.

Fidelização dos clientes do bairro Vila Manoel Sátiro.

Possibilidade de expansão para outro bairro após dois anos.

FORÇAS:

Estrutura criada para humanizar o atendimento possibilitando a presença do cliente junto ao pet.

Levar e trazer o animal.

Disponibilidade de internet para clientes.

Localidade.

Estacionamento próprio e amplo.

FRAQUEZAS:

Empresa nova na região.

Falta de experiência dos sócios.

Falta de um veterinário para consultas.

3 PLANO DE MARKETING

O desenvolvimento de um Plano de Marketing é item essencial para que a empresa obtenha resultados significantes no mercado, com a utilização do chamado Composto de Marketing, que segundo Kotler (1998, pág.97) se define: “Composto de marketing é o conjunto de ferramentas que a empresa usa para atingir seus objetivos de marketing no mercado alvo”.

3.1 Produtos e serviços.

A empresa *ipet* tem como produtos e serviços:

Os produtos são: rações e petiscos para cães e gatos de todos os portes, pássaros, aves, peixes e roedores, assim como: arranhadores, brinquedos, camas, colchonetes, casas, transportes, coleiras, comedouros, bebedouros, correntes, enforcadores, focinheiras, fraldas descartáveis, guias, laços, gravatas, ossos, bifinhos, peitorais, placas de advertência, roupinhas, tapete higiênico e acessórios em geral.

Os serviços são: banho e tosa que pode ser apenas um simples banho a uma hidratação profunda dos pelos e tratamento de pulgas e carrapatos, transportes de animais em determinadas áreas região de Fortaleza, este serviço será gratuito assim como a internet banda larga da empresa.

3.2 Fornecedores

Rações e alimentos em geral.

- Deposito de rações Padre Cicero.
Rua Gomes Brasil, 411 - Parangaba - Fortaleza - Ceará
(85) 3292-1614
- R.A de Brito Rações.

Avenida B, 140 – José Walter - Fortaleza – Ceará.
(85) 3291-1688

Acessórios em geral.

- Animale Comercio e Serviços LTDA
Avenida Washington Soares,2000-LJ 01 – Coco - Fortaleza – Ceará
(85) 3278-4290
- Melhores Amigos do Pet.
Rua Rui Barbosa, 2817 – Joaquim Távora- Fortaleza - Ceará
(85) 3273-9126

3.3 Promoção

A marca: trazendo em sua concepção, uma sugestão de fácil assimilação, um nome que deriva de *iphone* da marca *Apple*, (por isso utilizou-se “maçã e um pet” na logomarca – Figura 3), e que contém um humor implícito, elemento característico atribuído ao povo cearense, que deverá facilitar a sua assimilação.



Figura 3 - Logomarca

A promoção da empresa será através de panfletagem dentro do bairro e adjacências e seu forte será através das redes sociais. O objetivo é fixar a marca, aumentar as vendas e fidelizar clientes. Será criado canais de relacionamentos, cadastro de clientes feito na loja e pela internet para que possa mante-los

informados acerca das novidades, o objetivo principal é o da promoção e fidelização dos clientes.

3.4 Clientes

Os clientes da empresa *ipet* são pessoas pertencentes às classes B, C e D de faixa etária entre oito e setenta e cinco anos de idade, de ambos os sexos que possuam animais de estimação e que se preocupam com o bem-estar e procuram dar uma qualidade de vida melhor para os mesmos, são moradores do bairro Vila Manoel Sátiro e adjacências.

Segundo pesquisa feita pelo Laboratório de Direitos Humanos, Cidadania e Ética (Labvida) e Laboratório de Estudos da Conflitualidade e Violência (Covio), ambos da Universidade Estadual do Ceará, e o Laboratório de Estudos da Violência (LEV), da Universidade Federal do Ceará. Os rendimentos são de 3,07 salários mínimos e o bairro Vila Manoel Sátiro possui uma habitação de 44 mil pessoas. A SER V também é uma das Regionais com perfil populacional dos mais jovens de Fortaleza: 44% da população têm até 20 anos. É ainda a área da Cidade com segundo maior índice de analfabetismo (17,83%), inferior apenas ao registrado pela Regional VI. O bairro com maior renda familiar média mensal é a Maraponga 6,81 salários mínimos. A principal atividade econômica é o comércio.

4 PESQUISA DE MERCADO

Benchmarking é um processo de comparação de produtos, serviços e práticas empresariais, é um importante instrumento de gestão das empresas. O benchmarking é realizado através de pesquisas para comparar as ações de cada empresa.

Segundo Gregory H. Watson (1994), *benchmarking* é um processo operacional de aprendizado e adaptação coletivos, que resultam no desenvolvimento de uma organização aperfeiçoada, desta forma melhorando os procedimentos empresariais e aumentando a competitividade.

Foi aplicada pesquisa de *benchmarking* em uma empresa no município de Fortaleza, atuante no mesmo ramo de atividade, onde a mesma não permitiu a divulgação de seu nome, com o intuito de tornar mais próximo da realidade os dados necessários para elaboração deste plano.

A empresa onde a pesquisa foi realizada fica localizada no bairro Parangaba, Fortaleza – CE, portanto a empresa se enquadra no mesmo ramo e serviços da empresa *ipet*.

Foram tomadas por base da pesquisa, dados do ultimo ano (2012), para que houvesse um melhor embasamento da projeção elaborada.

Neste caso foram utilizados relatórios contendo dados de compra e venda de produtos e serviços no período citado acima.

A pesquisa de mercado é item essencial para melhor desenvolvimento das etapas que compõem este plano de negocio, para que os resultados projetados estejam de acordo ou mais próximo da realidade.

5 PLANO DE OPERAÇÕES

A empresa *ipet* funcionará de segunda a sábado, nos seguintes horários: de segunda à sexta funcionará das 08h00min às 19h00min e aos sábados de 09h00min as 16h00min.

As tarefas serão divididas entre quatros funcionários, dois tosadores e dois encarregados de dar banhos. O tempo estimado para tosar é de trinta minutos para animal de pequeno porte e quarenta minutos para animais de maior porte. Já para o banho, estima-se a duração de meia hora, tanto para animais pequenos quanto para os grandes.

O sócio Marcio Pessoa ficará encarregado pelo atendimento aos clientes assim como: função referente à contabilidade, cálculo dos custos dos produtos, pesquisa de preços nos concorrentes, contato com bancos e controle das finanças da empresa em geral, o mesmo terá intervalo de almoço as 12h00min. O sócio Gleriston Vieira ficará encarregado por transportar os animais ao estabelecimento, marketing da empresa, canal de relacionamento com os clientes nas redes sociais, manutenção da loja, compra de mercadorias e contato com fornecedores, conferencia de mercadorias, controle de estoque, fechamento de caixa e pagamentos, o mesmo tirará seu intervalo para o almoço as 13h00min. Os sócios poderão alternar os serviços dependendo da demanda de serviços e ausência do outro sócio.

O foco do serviço são cães e gatos de todos os tamanhos assim como peixes, aves e roedores.

6 PLANO FINANCEIRO

Nesta etapa do plano serão apresentados os dados coletados na empresa em que foi realizada a pesquisa de *benchmarking*, com o intuito de mostrar através de números a realidade que a empresa irá enfrentar para que o negócio seja viável.

A empresa onde foi realizada a pesquisa esta há 12 anos no mercado, para este plano foi utilizado dados do último ano 2012 com o intuito de obter melhores resultados.

Embora a empresa em estudo tenha doze anos de atividade à pesquisa foi baseada apenas no ano de 2012, conforme QUADRO 1 - em anexo, foi mostrada toda a distribuição de seus respectivos produtos e seu faturamento anual que foi de R\$ 238.300,00. Tendo em vista o plano de expansão a empresa estabeleceu um crescimento de 4,5 % do faturamento anual, sendo assim pretende alcançar o valor de R\$ 249.024,00, conforme QUADRO 2 – em anexo, isso se deve em virtude de sua área ser relativamente maior que a matriz onde foram coletados os dados.

As regras de recebimento da empresa variam de acordo com o valor de compra, podendo chegar a até três parcelas mensais distribuídos em cartões de crédito, cheques ou dinheiro, conforme mostra o QUADRO 3 – em anexo.

Todos os detalhamentos da projeção de recebimento em suas respectivas distribuições apontam que a maior parte do faturamento se deve as vendas à vista. Os números também mostram que existe um equilíbrio nas vendas de cartão de crédito, comprovando as estimativas de crescimento nesse setor. Podemos considerar que o objetivo de ação seria incrementar as vendas a vista onde o retorno é imediato e seguro. Todas essas informações estão descritas no QUADRO 4 – em anexo.

De acordo com a FIGURA 4 – em anexo, o gráfico mostra de forma bem ilustrada que os meses de Janeiro e Dezembro se destacam com relação ao faturamento, isso dá por conta da sazonalidade existente nesses períodos festivos,

já o recebimento apresenta crescimento a partir do mês de Maio, chegando a se estabilizar até Dezembro o que é reflexo das formas de pagamento oferecidas.

As regras de compras observadas no QUADRO 5 – em anexo, projetam uma média de percentual de faturamento em 40%, para rações, acessórios e animais pet e de 20% para serviços o que mostra a margem de comprometimento das compras que gira em torno da média de R\$ 6.986,00, por mês para que o negócio possa seguir o planejamento proposto, de acordo com QUADRO 6 – em anexo.

O QUADRO 7 – em anexo, distribui as formas de pagamento em percentual o que refletem que apenas os animais pet sofrem diferença no seu pagamento para os fornecedores, os demais itens seguem um padrão linear, onde é dividido em duas parcelas mensais. O QUADRO 8 – em anexo, detalha por segmento de produtos os seus respectivos valores em cada mês.

O QUADRO 9 – descreve o plano de contas operacional, informando o respectivo departamento responsável por cada conta.

O QUADRO 10 – em anexo, mostra em detalhes toda a previsão de despesas fixas para o ano seguinte, distribuídas de acordo com sua importância envolvendo aluguel, energia e taxa de impostos.

A FIGURA 5 – em anexo, mostra a relação entre despesas administrativas e taxas/impostos, onde o valor de Janeiro é bem relevante quando comparado até Março e pode-se verificar também um aumento a partir do mês de Abril por conta do ajuste regulamentado através do Índice Geral de Preços do Mercado (IGPM).

O QUADRO 11 – em anexo, projeta todo o orçamento do plano de expansão descrevendo todas as receitas, despesas, taxas e tributos consolidados, refletindo todo o possível desenvolvimento da viabilidade do negócio. Onde mostra que nos dois primeiros meses do ano afeta de forma negativa os lucros da empresa, porém a partir de Abril, embora pouco expressivo, ela começa a dar resultado positivo e se desenvolve em uma sequência até Dezembro, obtendo um possível lucro anual de R\$ 8.946,00.

O QUADRO 12 – em anexo, sugere um investimento inicial de caixa de R\$ 35.098,00 para contemplar o lucro informado anteriormente, detalhando uma desvalorização inicial nos três primeiros meses e somente começa a se superar a partir do quinto mês de operação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS – TESTE DE VIABILIDADE

É natural, tanto para o empreendedor quanto para o aluno, que seja criada uma expectativa quanto a uma obrigatoriedade de sucesso em relação aos resultados da criação de uma empresa.

O empreendedor real, apesar de insatisfeito, poderá adiar a abertura do negócio, redimensionar o investimento, rever locações, etc.

Um dos maiores problemas que ocorrem é a adequação do planejamento à realidade, o que finda por suscitar questionamentos e futuros problemas:

- Conhecimento deficiente de riscos patrimoniais e riscos de resultados;
- Informações inexatas ou deficientes sobre o mercado e suas necessidades;
- Planos não orientados a eventos – plano “B”;
- Planejamento dos gastos e investimentos não gradativos;

Entretanto o aluno autor de um Plano de Negócios teórico, elaborado em uma instituição de ensino com finalidade de apresentação de Trabalho de Conclusão de Curso, por isso tem limitações temporais de ajustes que poderão identificar ao invés da viabilidade de um negócio, a sua inviabilidade.

Elaborar *checklist* para conferência.

Caso todas as etapas essenciais tenham sido cumpridas de forma correta, o trabalho não deverá ser desprezado, pois apesar de demonstrar a inviabilidade de um negócio específico, o exercício monográfico foi realizado, tem valor na academia e no mercado, servindo como fonte de pesquisa e referência, e deverá ser apresentado normalmente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDREUZZA, Mário GiussepSantezziBertotelli. **Planejamento Estratégico**, 2013. Disponível em: <<http://www.madeira.ufpr.br/disciplinasgarzel/12.pdf>>. Acesso em: 14/06/2013.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3 ed. – Rio de janeiro: Elsevier, 2010 – 6 Reimpressão.

FAMETRO. **Manual de normas para a elaboração de trabalhos acadêmicos** / Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza, Biblioteca Fametro. – Fortaleza, 2011.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing análise, planejamento, implementação e controle**. – 5. Ed. São Paulo Atlas, 1998.

MATOS, Jose G.R. MATOS, Rosa M.B. ALMEIDA, Josimar R. **Análise do ambiente corporativo do caos organizado ao planejamento estratégico das organizações**. Rio de Janeiro E-papers, 2007.

Perfil da SER V. **Mapa da Criminalidade e da Violência em Fortaleza**. 2011. Disponível em: <http://www.uece.br/labvida/dmdocuments/regional_V.pdf>. Acesso em: 14/04/2013.

SERTEK, Paulo. GUINDANI, Roberto A. MARTINS, Tomas S. **Administração e Planejamento Estratégico**. Curitiba ibpex, 2007.

VERONESI, Luiza Belloni. **Mercado pet expande e deve movimentar quase R\$ 13 bilhões em 2012**. Disponível em: <<http://www.infomoney.com.br/negocios/grandes-empresas/noticia/2568847/mercado-pet-expande-deve-movimentar-quase-bilhoes-2012>>. Acesso em 14 06 2013.

WATSON, Gregory. **Berchmarrketing estratégico**. 1994. Makron Books do Brasil – São Paulo.

ANEXO

QUADRO 1– Faturamento Histórico (2012)

LINHA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	CV
Ração	R\$ 7.000	R\$ 6.000	R\$ 8.000	R\$ 9.000	R\$ 7.500	R\$ 8.000	R\$ 9.000	R\$ 9.000	R\$ 7.000	R\$ 8.500	R\$ 9.000	R\$ 10.000	R\$ 98.000	R\$ 8.167	R\$ 1.087	13,30%
Acessórios	R\$ 3.000	R\$ 4.000	R\$ 2.000	R\$ 3.500	R\$ 4.000	R\$ 3.000	R\$ 3.500	R\$ 3.700	R\$ 2.700	R\$ 4.000	R\$ 4.000	R\$ 5.000	R\$ 42.400	R\$ 3.533	R\$ 745	21,09%
Animais Pet	R\$ 1.300	R\$ 1.000	R\$ 1.500	R\$ 900	R\$ 2.000	R\$ 1.800	R\$ 2.000	R\$ 1.600	R\$ 2.400	R\$ 2.900	R\$ 2.000	R\$ 3.000	R\$ 22.400	R\$ 1.867	R\$ 639	34,26%
Serviços	R\$ 4.500	R\$ 5.000	R\$ 6.000	R\$ 5.000	R\$ 6.000	R\$ 7.000	R\$ 6.000	R\$ 6.500	R\$ 8.000	R\$ 6.500	R\$ 7.000	R\$ 8.000	R\$ 75.500	R\$ 6.292	R\$ 1.070	17,00%
Total	R\$ 15.800	R\$ 16.000	R\$ 17.500	R\$ 18.400	R\$ 19.500	R\$ 19.800	R\$ 20.500	R\$ 20.800	R\$ 20.100	R\$ 21.900	R\$ 22.000	R\$ 26.000	R\$ 238.300	R\$ 19.858		

QUADRO2 – Faturamento

Linha	Média histórica	Incremento	Meta Mensal
Ração	R\$ 8.167	4,50%	R\$ 8.534
Acessórios	R\$ 3.533	4,50%	R\$ 3.692
Animais Pet	R\$ 1.867	4,50%	R\$ 1.951
Serviços	R\$ 6.292	4,50%	R\$ 6.575
0			
Total	R\$19.859,00		R\$ 20.752,00

Incremento médio esperado	4,5 %
---------------------------	--------------

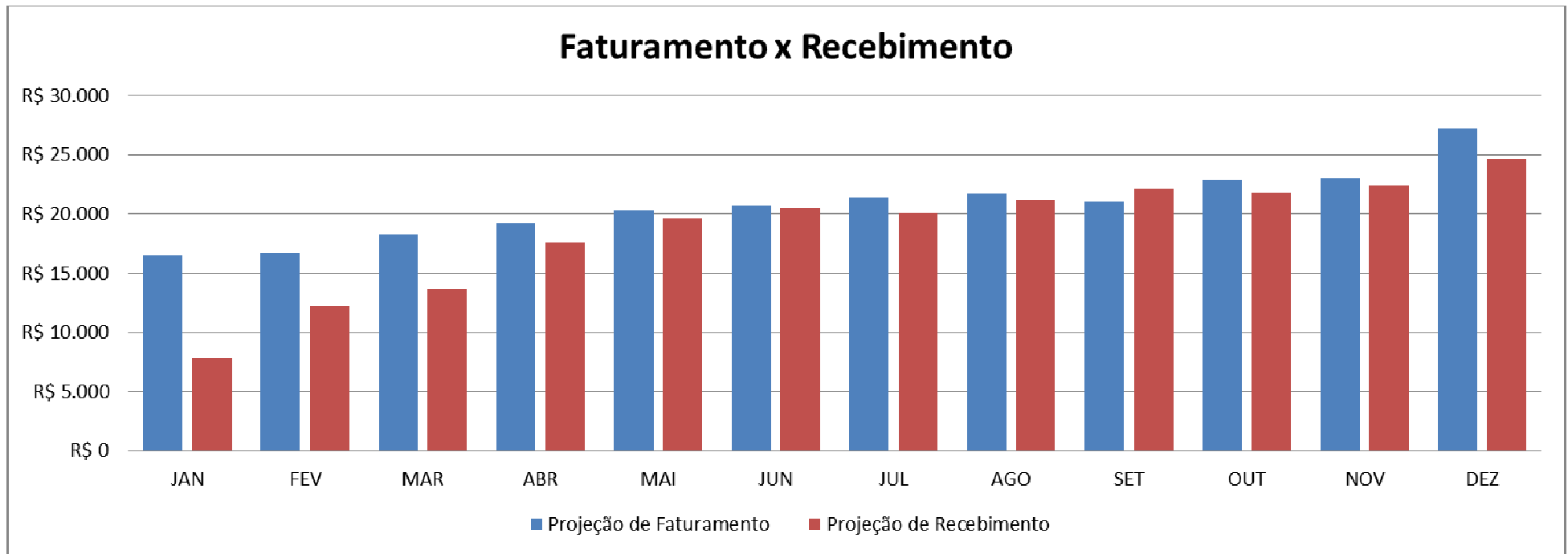
Projeção de Faturamento

LINHA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL	MÉDIA
Ração	R\$ 7.315	R\$ 6.270	R\$ 8.360	R\$ 9.405	R\$ 7.838	R\$ 8.360	R\$ 9.405	R\$ 9.405	R\$ 7.315	R\$ 8.883	R\$ 9.405	R\$ 10.450	R\$ 102.410	R\$ 8.534
Acessórios	R\$ 3.135	R\$ 4.180	R\$ 2.090	R\$ 3.658	R\$ 4.180	R\$ 3.135	R\$ 3.658	R\$ 3.867	R\$ 2.822	R\$ 4.180	R\$ 4.180	R\$ 5.225	R\$ 44.308	R\$ 3.692
Animais Pet	R\$ 1.359	R\$ 1.045	R\$ 1.568	R\$ 941	R\$ 2.090	R\$ 1.881	R\$ 2.090	R\$ 1.672	R\$ 2.508	R\$ 3.031	R\$ 2.090	R\$ 3.135	R\$ 23.408	R\$ 1.951
Serviços	R\$ 4.703	R\$ 5.225	R\$ 6.270	R\$ 5.225	R\$ 6.270	R\$ 7.315	R\$ 6.270	R\$ 6.793	R\$ 8.360	R\$ 6.793	R\$ 7.315	R\$ 8.360	R\$ 78.898	R\$ 6.575
Total	R\$ 16.511	R\$ 16.720	R\$ 18.288	R\$ 19.228	R\$ 20.378	R\$ 20.691	R\$ 21.423	R\$ 21.736	R\$ 21.005	R\$ 22.886	R\$ 22.990	R\$ 27.170	R\$ 249.024	R\$ 20.752

QUADRO 3 – Regras de Recebimento

Linha	À vista	30 dias	60 dias	90 dias	Total
Ração	100,00%				100,00%
Acessórios	100,00%				100,00%
Animais Pet		33,34%	33,33%	33,33%	100,00%
Serviços	100,00%				100,00%
0		50,00%	50,00%		100,00%

FIGURA 4 - Faturamento x Recebimento



QUADRO 5 – Regras de compras

Linha	Percentual do Faturamento
Ração	40,00%
Acessórios	40,00%
Animais Pet	40,00%
Serviços	20,00%

Quadro 6 – Projeção de compras

Linha	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL	MÉDIA
Ração	R\$ 2.926	R\$ 2.508	R\$ 3.344	R\$ 3.762	R\$ 3.135	R\$ 3.344	R\$ 3.762	R\$ 3.762	R\$ 2.926	R\$ 3.553	R\$ 3.762	R\$ 4.180	R\$ 40.964	R\$ 3.414
Acessórios	R\$ 1.254	R\$ 1.672	R\$ 836	R\$ 1.463	R\$ 1.672	R\$ 1.254	R\$ 1.463	R\$ 1.547	R\$ 1.129	R\$ 1.672	R\$ 1.672	R\$ 2.090	R\$ 17.723	R\$ 1.477
Animais Pet	R\$ 543	R\$ 418	R\$ 627	R\$ 376	R\$ 836	R\$ 752	R\$ 836	R\$ 669	R\$ 1.003	R\$ 1.212	R\$ 836	R\$ 1.254	R\$ 9.363	R\$ 780
Serviços	R\$ 941	R\$ 1.045	R\$ 1.254	R\$ 1.045	R\$ 1.254	R\$ 1.463	R\$ 1.254	R\$ 1.359	R\$ 1.672	R\$ 1.359	R\$ 1.463	R\$ 1.672	R\$ 15.780	R\$ 1.315
Total	R\$ 5.664	R\$ 5.643	R\$ 6.061	R\$ 6.646	R\$ 6.897	R\$ 6.813	R\$ 7.315	R\$ 7.336	R\$ 6.730	R\$ 7.796	R\$ 7.733	R\$ 9.196	R\$ 83.830	R\$ 6.986

QUADRO 7 – Formas de pagamento por linha de produto

Linha	Ração	Acessórios	Animais Pet	Serviços	0
À vista			100,00%	0,00%	
30 dias	50,00%	50,00%			50,00%
60 dias	50,00%	50,00%			25,00%
90 dias					25,00%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%

QUADRO 9 – Plano de Conta Operacional

Contas	Tipo*	Departamento responsável
RECEITAS OPERACIONAIS	S	Comercial
Ração	A	
Acessórios	A	
Animais Pet	A	
Serviços	A	
DESPESAS DE PESSOAL	S	Administrativo (planilha de pessoal)
SALÁRIOS	A	
FÉRIAS	A	
13 SALÁRIO	A	
FGTS	A	
INSS	A	
VALES REFEIÇÃO	A	
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	S	
ALUGUEL	A	Administrativo
ÁGUA/ESGOTO	A	Administrativo
ENERGIA ELÉTRICA	A	Administrativo
TELEFONIA FIXA/MOVEL	A	Administrativo
MATERIAL DE EXPEDIENTE	A	Todos
OUTRAS DESPESAS	A	Todos
TAXAS/IMPOSTOS	S	
IPTU	A	Administrativo
TRIBUTOS SOBRE VENDAS	S	Administrativo c/ contabilidade terceirizada
ICMS	A	
PIS	A	
COFINS	A	
DESPESAS / CUSTOS COMERCIAIS	S	
FRETE DE MATERIAL DESPACHADO	A	Expedição
FORNECEDORES	A	Compras
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL	S	

* Tipo: S - sintética A - analítica

QUADRO10 – Previsão de despesas consolidadas

Contas	Tipo	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	S	R\$ 1.102	R\$ 1.102	R\$ 1.102	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 13.421
ALUGUEL	A	R\$ 450	R\$ 450	R\$ 450	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 5.592
ÁGUA/ESGOTO	A	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 1.646
ENERGIA ELÉTRICA	A	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 1.890
TELEFONIA FIXA/MOVEL	A	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 1.135
MATERIAL DE EXPEDIENTE	A	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 1.263
OUTRAS DESPESAS	A	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 1.895
TAXAS/IMPOSTOS	S	R\$ 70	R\$ 71	R\$ 72	R\$ 73	R\$ 74	R\$ 75	R\$ 76	R\$ 77	R\$ 78	R\$ 79	R\$ 80	R\$ 81	R\$ 906
IPTU	A	R\$ 70	R\$ 71	R\$ 72	R\$ 73	R\$ 74	R\$ 75	R\$ 76	R\$ 77	R\$ 78	R\$ 79	R\$ 80	R\$ 81	R\$ 906
TOTAL	S	R\$ 1.172	R\$ 1.173	R\$ 1.174	R\$ 1.197	R\$ 1.198	R\$ 1.199	R\$ 1.200	R\$ 1.201	R\$ 1.202	R\$ 1.203	R\$ 1.204	R\$ 1.205	R\$ 14.327

FIGURA 5 - Gráfico

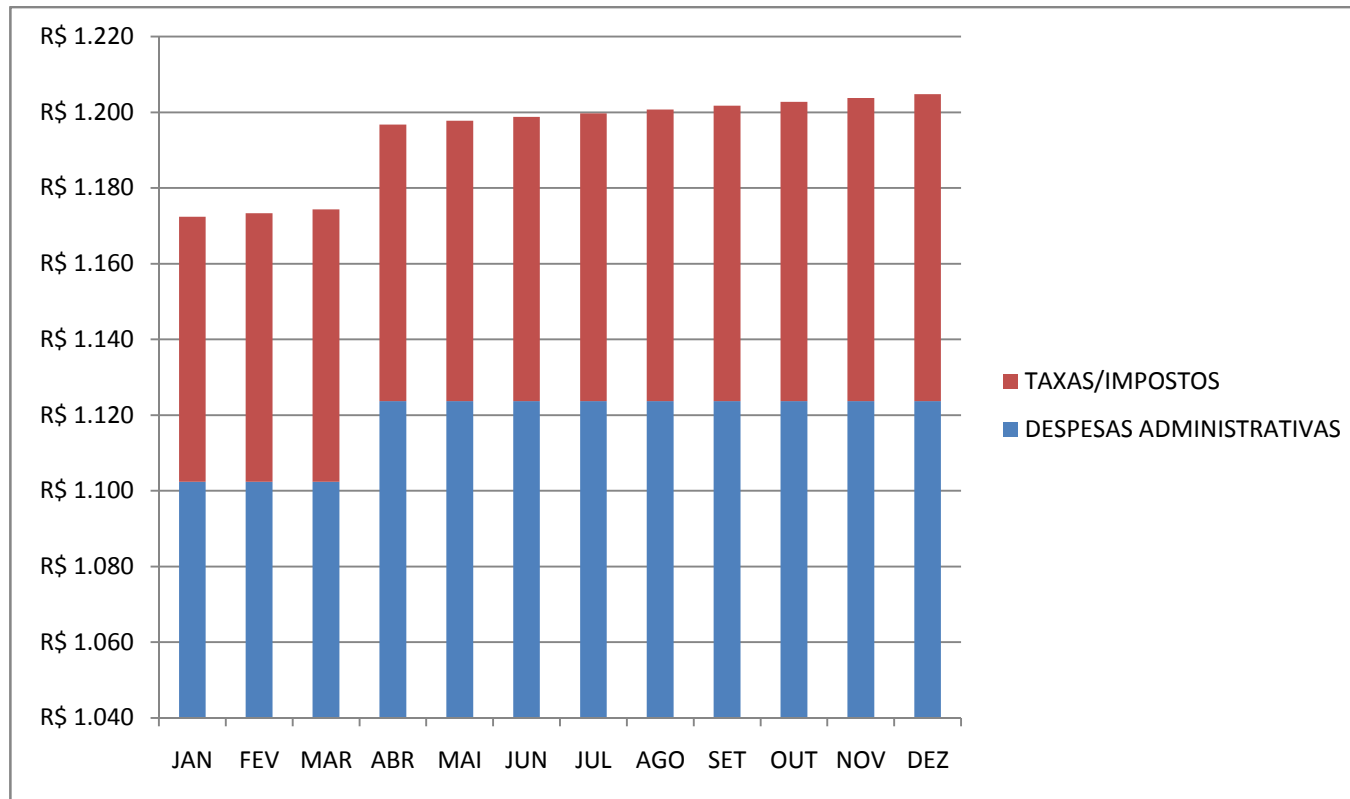
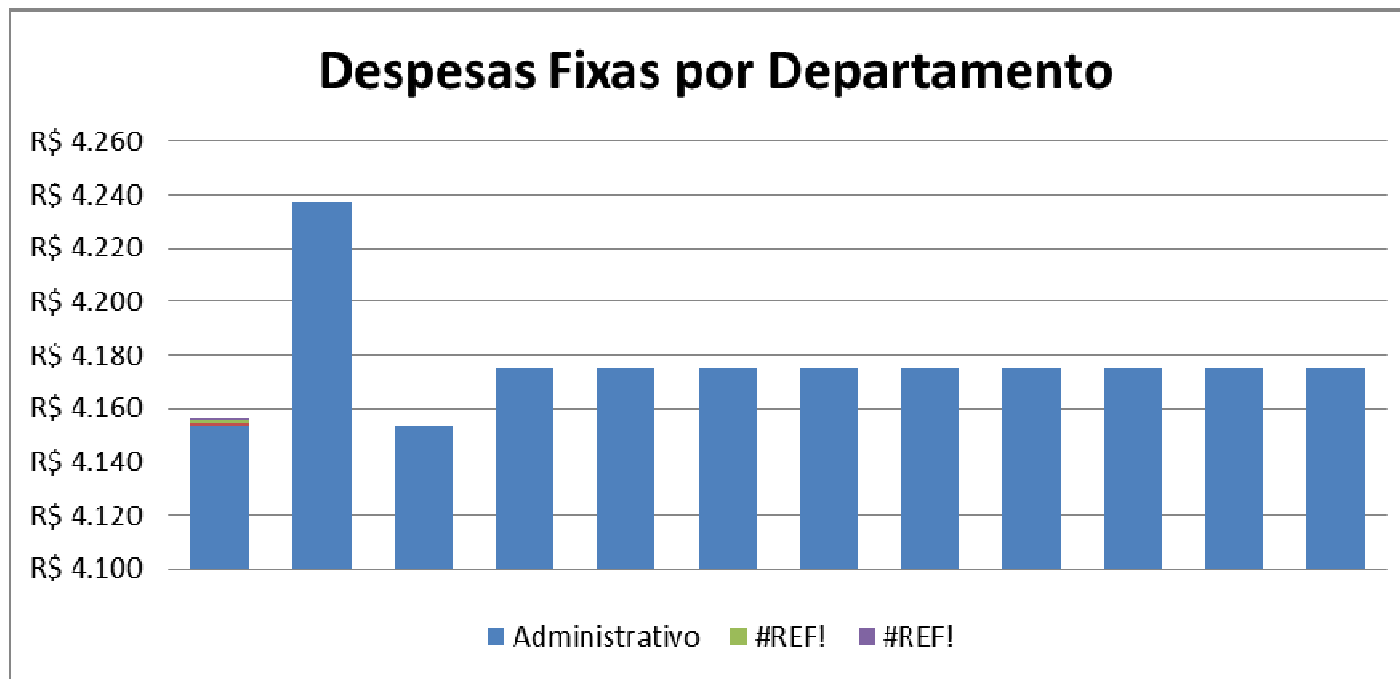


FIGURA 6 – Despesas fixas por Departamento



QUADRO 11 – Orçamento projetado

FLUXO OPERACIONAL	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL	AV %
RECEITAS OPERACIONAIS	R\$ 7.838	R\$ 12.297	R\$ 13.690	R\$ 17.521	R\$ 19.646	R\$ 20.517	R\$ 20.099	R\$ 21.214	R\$ 22.119	R\$ 21.771	R\$ 22.433	R\$ 24.662	R\$ 223.805	100,00%
Ração	R\$ 0	R\$ 2.439	R\$ 4.529	R\$ 7.315	R\$ 8.012	R\$ 8.534	R\$ 8.534	R\$ 8.534	R\$ 9.057	R\$ 8.708	R\$ 8.534	R\$ 8.534	R\$ 82.730	36,97%
Acessórios	R\$ 3.135	R\$ 4.180	R\$ 2.090	R\$ 3.658	R\$ 4.180	R\$ 3.135	R\$ 3.658	R\$ 3.867	R\$ 2.822	R\$ 4.180	R\$ 4.180	R\$ 5.225	R\$ 44.308	19,80%
Animais Pet	R\$ 0	R\$ 453	R\$ 801	R\$ 1.324	R\$ 1.184	R\$ 1.533	R\$ 1.637	R\$ 2.020	R\$ 1.881	R\$ 2.090	R\$ 2.404	R\$ 2.543	R\$ 17.870	7,98%
Serviços	R\$ 4.703	R\$ 5.225	R\$ 6.270	R\$ 5.225	R\$ 6.270	R\$ 7.315	R\$ 6.270	R\$ 6.793	R\$ 8.360	R\$ 6.793	R\$ 7.315	R\$ 8.360	R\$ 78.898	35,25%
DESPESAS DE PESSOAL	R\$ 8.115	R\$ 7.453	R\$ 7.859	R\$ 7.829	R\$ 7.829	R\$ 7.543	R\$ 8.462	R\$ 7.513	R\$ 7.513	R\$ 7.543	R\$ 11.014	R\$ 10.954	R\$ 99.626	44,51%
SALÁRIOS	R\$ 5.424	R\$ 5.424	R\$ 5.424	R\$ 5.424	R\$ 5.424	R\$ 5.424	R\$ 5.424	R\$ 5.424	R\$ 5.424	R\$ 5.424	R\$ 5.424	R\$ 5.424	R\$ 65.088	29,08%
FÉRIAS	R\$ 447	R\$ 0	R\$ 224	R\$ 224	R\$ 224	R\$ 0	R\$ 671	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 1.790	0,80%
13 SALÁRIO	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 2.712	R\$ 2.712	R\$ 5.424	2,42%
FGTS	R\$ 470	R\$ 434	R\$ 452	R\$ 452	R\$ 452	R\$ 434	R\$ 488	R\$ 434	R\$ 434	R\$ 434	R\$ 651	R\$ 651	R\$ 5.784	2,58%
INSS	R\$ 1.174	R\$ 1.085	R\$ 1.130	R\$ 1.130	R\$ 1.130	R\$ 1.085	R\$ 1.219	R\$ 1.085	R\$ 1.085	R\$ 1.085	R\$ 1.627	R\$ 1.627	R\$ 14.460	6,46%
VALES REFEIÇÃO	R\$ 600	R\$ 510	R\$ 630	R\$ 600	R\$ 600	R\$ 600	R\$ 660	R\$ 570	R\$ 570	R\$ 600	R\$ 600	R\$ 540	R\$ 7.080	3,16%
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	R\$ 1.102	R\$ 1.102	R\$ 1.102	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 1.124	R\$ 13.421	6,00%
ALUGUEL	R\$ 450	R\$ 450	R\$ 450	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 471	R\$ 5.592	2,50%
ÁGUA/ESGOTO	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 137	R\$ 1.646	0,74%
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 1.890	0,84%
TELEFONIA FIXA/MOVEL	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 95	R\$ 1.135	0,51%
MATERIAL DE EXPEDIENTE	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 105	R\$ 1.263	0,56%
OUTRAS DESPESAS	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 158	R\$ 1.895	0,85%
TAXAS/IMPOSTOS	R\$ 0	R\$ 84	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 84	0,04%
IPTU	R\$ 0	R\$ 84	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 84	0,04%
TRIBUTOS SOBRE VENDAS	R\$ 2.810	R\$ 2.876	R\$ 3.123	R\$ 3.251	R\$ 3.499	R\$ 3.559	R\$ 3.651	R\$ 3.713	R\$ 3.651	R\$ 3.925	R\$ 3.940	R\$ 4.666	R\$ 42.665	19,06%
ICMS	R\$ 2.217	R\$ 2.270	R\$ 2.455	R\$ 2.563	R\$ 2.762	R\$ 2.800	R\$ 2.879	R\$ 2.926	R\$ 2.870	R\$ 3.099	R\$ 3.106	R\$ 3.683	R\$ 33.629	15,03%
PIS	R\$ 593	R\$ 606	R\$ 669	R\$ 688	R\$ 737	R\$ 759	R\$ 772	R\$ 788	R\$ 781	R\$ 825	R\$ 835	R\$ 983	R\$ 9.036	4,04%
COFINS	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	0,00%
DESPESAS / CUSTOS COMERCIAIS	R\$ 543	R\$ 2.508	R\$ 4.807	R\$ 4.556	R\$ 5.539	R\$ 5.768	R\$ 5.539	R\$ 5.580	R\$ 6.270	R\$ 5.894	R\$ 5.476	R\$ 6.584	R\$ 59.063	26,39%
FORNECEDORES	R\$ 543	R\$ 2.508	R\$ 4.807	R\$ 4.556	R\$ 5.539	R\$ 5.768	R\$ 5.539	R\$ 5.580	R\$ 6.270	R\$ 5.894	R\$ 5.476	R\$ 6.584	R\$ 59.063	26,39%
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL	-R\$ 4.734	-R\$ 1.726	-R\$ 3.202	R\$ 761	R\$ 1.655	R\$ 2.523	R\$ 1.324	R\$ 3.284	R\$ 3.562	R\$ 3.286	R\$ 879	R\$ 1.335	R\$ 8.946	4,00%

QUADRO 12 - Fluxos

FLUXOS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
SALDO INICIAL	R\$ 35.098	R\$ 30.364	R\$ 28.638	R\$ 25.435	R\$ 26.196	R\$ 27.852	R\$ 30.374	R\$ 31.698	R\$ 34.982	R\$ 38.544	R\$ 41.830	R\$ 42.709	
OPERACIONAL	-R\$ 4.734	-R\$ 1.726	-R\$ 3.202	R\$ 761	R\$ 1.655	R\$ 2.523	R\$ 1.324	R\$ 3.284	R\$ 3.562	R\$ 3.286	R\$ 879	R\$ 1.335	R\$ 8.946
DIVIDENDOS	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	-R\$ 669	-R\$ 669
SALDO FINAL	R\$ 30.364	R\$ 28.638	R\$ 25.435	R\$ 26.196	R\$ 27.852	R\$ 30.374	R\$ 31.698	R\$ 34.982	R\$ 38.544	R\$ 41.830	R\$ 42.709	R\$ 43.374	

FLUXO DE INVESTIMENTOS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL	AV %
INVESTIMENTOS	R\$ 1.303	R\$ 2.468	R\$ 1.990	R\$ 7.893	R\$ 3.056	R\$ 3.109	R\$ 1.398	R\$ 4.068	R\$ 5.150	R\$ 809	R\$ 2.084	R\$ 1.770	R\$ 35.098	15,68

