

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA**

ETEC SYLVIO DE MATTOS CARVALHO

Curso de Técnico em Administração

Lucas Gabriel Candido

Maria Clara da Silva Amoroso

Sara Cristini Fragoso da Silva

Sofia Avelino Barros

PET'S HOUSE: hotel para cães

**Matão, SP
2025**

Lucas Gabriel Candido
Maria Clara da Silva Amoroso
Sara Cristini Fragoso da Silva
Sofia Avelino Barros

PET’S HOUSE: hotel para cães

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Escola Técnica Estadual Sylvio de Mattos Carvalho, orientado pelo Prof. Wesley Soares Camargo, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Técnico em Administração.

Matão, SP
2025

RESUMO

O presente Plano de Negócio tem como propósito a Análise de Viabilidade e a estruturação para a abertura da Pet's House, um Hotel para Cães de alto padrão e com serviços completos na cidade de Matão, interior de São Paulo. A justificativa do projeto se baseia no crescimento contínuo e expressivo do Mercado Pet brasileiro, que é o terceiro maior do mundo e exige cada vez mais serviços de qualidade focados no Bem-estar animal, uma vez que os animais são vistos como membros da família. A pesquisa de mercado, que incluiu a análise de concorrentes, identificou uma grande falta de opções de hospedagem canina especializada na região, o que posiciona a Pet's House com uma excelente vantagem de ser a primeira a oferecer um serviço desse nível. O principal diferencial da empresa está em oferecer um modelo de atendimento completo 24 horas, que vai além de um simples lugar para dormir. Isso inclui Atendimento Personalizado, serviços de banho e tosa, e, principalmente, um programa de recreação monitorada (Day Care) criado para respeitar o comportamento natural dos cães, garantindo seu equilíbrio e socialização, compondo um conjunto de serviços pensado para a máxima satisfação e fidelização dos clientes. A Estratégia de implantação do negócio está dividida em fases claras: o curto prazo foca na instalação e quando a empresa começa a dar lucro (ponto de equilíbrio); o médio prazo visa a expansão da variedade de produtos e a venda online; e o longo prazo busca a expansão da marca para outras cidades. Por fim, a detalhada análise financeira comprovou a capacidade de gerar lucro do projeto, com uma estimativa de faturamento mensal de R\$ 32.000,00, o que confirma a alta chance de retorno sobre o investimento e estabelece a Pet's House como um negócio sólido e ético no segmento.

Palavras-chave: Plano de Negócio. Pet's House. Hotel para Cães. Serviços de qualidade. Bem-estar animal. Atendimento Personalizado. Fidelização dos clientes. Análise Financeira.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
1.1	Objetivo Geral	8
1.2	Objetivos específicos	8
1.3	Logotipo da empresa	9
2	DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	10
2.1	Proposta da empresa.....	10
2.2	Estrutura da empresa	11
2.3	Planejamento estratégico.....	12
2.3.1	Plano de ação	12
3	PRODUTO/SERVIÇO.....	15
3.1	Características	15
3.2	Proposta de valor.....	16
4	ANÁLISE DE MERCADO	17
4.1	Cenário econômico atual	17
4.2	Oportunidades e riscos.....	17
4.3	Clientes e concorrentes	19
4.4	Posição da empresa	20
5	PLANO DE MARKETING.....	21
5.1	Estratégias de relacionamento com o público-alvo	21
5.2	Estratégias de venda.....	22
5.3	Estratégias de distribuição	22
6	MANUFATURA E/OU OPERAÇÕES	24
6.1	Descrição do processo de prestação de serviços	24
6.2	Sistema de qualidade.....	25
7	PLANO FINANCEIRO	27
7.1	Investimento inicial	27
7.2	Fluxo de caixa	29
7.3	Demonstração do resultado do exercício (DRE).....	30
7.4	Payback.....	32
7.5	Ponto de Equilíbrio (PE).....	34
7.6	Preço de serviços e produtos	35
8	CONCLUSÃO	39

REFERÊNCIAS 40

APÊNDICE A 41

1 INTRODUÇÃO

O mercado pet é um dos ramos que mais vem crescendo nos últimos anos no Brasil, principalmente devido à forte mudança nos hábitos de consumo e pelo aumento do status dos animais de estimação como membros da família. Dentre tantos animais, o cachorro é um dos maiores destaques dentro das casas brasileiras, trazendo consigo a ideia de ser o melhor amigo do homem, ele já deixou a tempo de ser apenas mais um bichinho de estimação e se tornou um integrante oficial dentro dos grupos familiares, não apenas por ser um animal fofo, mas também por trazer benefícios ao lar. Segundo Diogo Alves (2024), presidente do Conselho Regional de Medicina Veterinária, brincar com cães, gatos e outros animais de estimação, pode aumentar o nível de certos hormônios, como, serotonina e dopamina, trazendo sensações positivas aos donos dos mesmos.

A procura por um ambiente seguro, acolhedor, confortável e com qualidade para pet vem aumentando com o passar do tempo, isso acabou sendo impulsionado durante a pandemia da COVID 19, momento em que as pessoas ficaram mais conectadas com seus animais, e isso se reflete no consumo de serviços e pela humanização dos animais, que fazem com que seus tutores procurem por hospedagens que garantam o bem-estar de seus companheiros. Essa procura não se localiza apenas em grandes cidades, mas também aumenta cada vez mais nas cidades do interior, onde a busca por serviços especializados e com qualidade vem se tornando o foco em meio ao público do mercado pet.

Perante esse contexto, foi observado a ausência desse tipo de serviço na cidade de Matão, município encontrado no interior de São Paulo, em que não é encontrado com frequência ambientes onde se pode hospedar cachorros sem deixar de lado a preocupação contínua com sua saúde. Assim, com a junção da procura intensa por ambientes de cuidado canino e pela falta deles na cidade, surge uma oportunidade sólida de um novo negócio.

Com isso, o presente estudo apresenta um Plano de Negócio para a criação de um hotel para cachorros com ambiente e atendimento personalizado na cidade de Matão, que consiga proporcionar aos cães um espaço para brincar, socializar, descansar e relaxar, e é claro proporcionar aos seus tutores segurança, qualidade, cuidado e conforto, mantendo assim a satisfação do cliente.

Esse projeto se fundamenta em uma aprofundada pesquisa de mercado, onde ao final dele irá mostrar a real necessidade da implantação da Pet's House, evidenciando as principais bases de um bom empreendedorismo, como, um bom planejamento estratégico, pensando no crescimento e desenvolvimento do negócio, uma minuciosa pesquisa de mercado, que

evidencie boas oportunidades para o comércio em foco, além de demonstrar quais pontos devem ser melhorados e mais bem observados, estratégias bem desenvolvidas na área de marketing também é de extrema importância, transmitindo da melhor forma possível os valores do negócio aos clientes, mantendo assim uma imagem positiva do hotel para cães, além disso, um bom planejamento financeiro é muito bem-vindo para ajudar a conquistar a estabilidade financeira do projeto. Em especial, o negócio tem a meta de criar nos consumidores sentimentos que o conforto, trazendo a eles a sensação de segurança, através do cuidado personalizado oferecido aos seus amigos de quatro patas, para que assim possa existir a fidelização do cliente em relação ao serviço oferecido.

A decisão de escolher um hotel para cachorros como o plano de negócio no desenvolvimento do Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (PTCC), foi direcionada principalmente pelo crescimento do mercado pet no Brasil, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET 2024), o mercado pet brasileiro faturou R\$ 75,4 bilhões em 2024, aumento de 9,6% em relação a 2023, dessa forma, colocando o mercado pet brasileiro de acordo com a Drogamax (2024) como o terceiro maior no mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e China. Por isso, surfar a onda proporcionada por esse mercado em constante crescimento seria uma ótima oportunidade para colocar em prática habilidades desenvolvidas durante o curso de Técnico em Administração através das disciplinas, como, desenvolvimento de plano de negócio, cálculos financeiros e contábeis, marketing, empreendedorismo, planejamento financeiro e estratégico e análise comportamental de clientes. Assim, com os conhecimentos adquiridos durante o período do curso, essa é a oportunidade de colocar para jogo nossos aprendizados e mostrarmos a capacidade empreendedora que desenvolvemos, alinhando nossos passos de aprendizagem com um projeto prático inovador.

Tomada a decisão da temática do empreendimento, o nosso foco é planejar cada passo dentro do mercado, conseguindo aumentar a visibilidade do projeto aqui disposto, fornecendo com excelência serviços de cuidado com a saúde e bem-estar animal, proporcionando aos clientes uma experiência inesquecível, que fará com que a Pet's House não saia da boca do público e que acima de tudo forneça o que se espera de um hotel para cachorros.

Por fim, este projeto pretende preencher um espaço vazio em nossa comunidade, enfrentando desafios e derrubando barreiras pelo caminho, podendo agregar a cidade de Matão um estabelecimento que foque em segurança, qualidade, inovação e sustentabilidade. Junto a isso, será mostrado o quão importante são as habilidades desenvolvidas no curso de

Técnico em Administração, na criação de um projeto que visa acrescentar valor não somente ao mercado escolhido como também à cidade onde será implantado.

1.1 Objetivo Geral

A Pet's House tem foco em se consolidar como uma marca de referência no mercado pet, oferecendo uma ampla gama de produtos e serviços de alta qualidade, com foco no bem-estar e saúde dos animais, atendendo as necessidades dos donos de pets de forma personalizada e eficiente.

1.2 Objetivos específicos

Oferecer uma variedade de produtos e serviços de qualidade para pets, incluindo alimentação especializada, acessórios, brinquedos, medicamentos e serviços de banho, tosa, hospedagem.

Proporcionar um atendimento personalizado e de qualidade, com uma equipe treinada e capacitada para oferecer o melhor cuidado aos pets e um serviço diferenciado aos seus donos.

Desenvolver e manter uma plataforma de vendas online eficiente, permitindo que os clientes comprem produtos e agendem serviços com facilidade, com entrega rápida e atendimento ao cliente de alto nível.

Estabelecer uma base sólida de clientes fidelizados, oferecendo programas de recompensas, promoções e um atendimento contínuo que promova a satisfação e lealdade dos clientes.

Alcançar o ponto de equilíbrio financeiro nos primeiros 12 meses de operação, garantindo a viabilidade financeira do negócio por meio de uma gestão eficiente de custos e de uma estratégia de marketing eficaz.

Expandir a marca para novas regiões ou mercados, com a abertura de novas unidades físicas ou ampliação das vendas online, visando aumentar a presença da Pet House e alcançar um público mais amplo.

Estabelecer parcerias estratégicas com fornecedores e profissionais do setor, como clínicas veterinárias, adestradores, e fabricantes de produtos de qualidade, para oferecer aos clientes uma experiência completa e integrada.

Fomentar ações de responsabilidade social e ambiental, como doações para ONGs de animais, campanhas de adoção e conscientização sobre cuidados com os pets, visando contribuir para a comunidade e promover o bem-estar animal.

Realizar pesquisas de satisfação e monitoramento constante da qualidade dos produtos e serviços oferecidos, a fim de identificar áreas de melhoria e garantir que as expectativas dos clientes sejam sempre atendidas.

Investir em inovação constante nos serviços e na introdução de novos produtos, para manter-se competitivo e alinhado com as tendências do mercado pet, sempre focando no bem-estar dos animais e na satisfação dos clientes.

1.3 Logotipo da empresa

Para criação da logo da Pet's House, foi pensado em como passar o valor emocional da empresa para os futuros clientes, com isso foi elaborado uma logo que representasse a ideia de alegria e conforto dos cães, com cores vivas e alegres, transmitindo ainda mais confiança nos serviços prestados.

Figura 1 – Logo Pet's House



FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O negócio Pet's House se baseia em um hotel para cães localizado na cidade de Matão, que tem como finalidade oferecer aos cães um ambiente seguro, acolhedor, divertido e inovador, podendo desta forma, garantir aos pets uma boa saúde emocional e bem-estar físico através de um ótimo cuidado personalizado.

A ideia desse negócio surgiu através da observação da crescente valorização do mercado de animais no Brasil, principalmente pelo aumento de cães como membros da família e pela falta de serviços especializados de hospedagem na cidade, segundo Melo (2024), estima-se que o Brasil possui a terceira maior população pet do mundo, com aproximadamente 160 milhões de animais de estimação.

Para se diferenciar das demais propostas dos concorrentes, a Pet's House fornece aos cães um espaço amplo para socializar, brincar, relaxar, dormir, além de fornecer cuidados higiênicos, como, banho e tosa. Isso faz com que seus tutores confiem cada vez mais na empresa, mantendo sua tranquilidade em relação aos cuidados oferecidos para seus animais.

2.1 Proposta da empresa

A proposta desse negócio é ser a maior referência regional em cuidado, bem-estar e acolhimento para cães, proporcionando um espaço inovador que harmoniza serviço de qualidade, prática sustentáveis e atendimento personalizado. O objetivo é proporcionar aos pets e seus donos uma experiência inesquecível, que abrace suas necessidades e faça com que ambos saiam satisfeitos com o serviço que foi disponibilizado.

Com isso, a Pet's House desenvolveu sua missão, visão e valores, para mostrar aos clientes seus propósitos como empresa. De acordo com Scott, Jaffe e Tobe (1998) a missão é o propósito central e principal da organização, melhor dizendo é o motivo da sua existência, a visão demonstra aquilo que a empresa busca se tornar e os valores são os princípios padrões de comportamento da organização.

A missão da Pet's House é fornecer um ambiente seguro, divertido e acolhedor para os cães, proporcionando cuidados individualizados que promovam seu bem-estar físico e emocional, ao mesmo tempo que transmite tranquilidade e confiança aos seus tutores.

Sua visão é se tornar referência regional no setor pet, sendo reconhecida pela sua excelência, inovação e qualidade no cuidado com os animais, fortalecendo a relação entre o pet e seu tutor.

Seus valores estão ligados ao cuidado e a responsabilidade, tratando cada pet de forma individualizada, especial, com amor, respeito e comprometimento. A transparência e a confiança orientam a comunicação com os tutores, deixando sempre claro e seguro qual serviço foi prestado. E de extrema prioridade o bem-estar dos cães, sendo ele promovido através de atividades, alimentação e atenção. A qualidade prestada no serviço e a inovação são sempre buscadas a cada nova ação, com a finalidade de oferecer experiências únicas e diferenciadas. Por fim, mas não menos importante, a sustentabilidade se faz presente como compromisso, através de práticas que respeitam o meio ambiente e fortalecem o impacto positivo da empresa na sociedade.

2.2 Estrutura da empresa

A Pet's House tem como foco adotar uma estrutura organizacional totalmente funcional, pensada na qualidade do serviço prestado e em uma gestão eficiente, que garanta um atendimento de excelência, tanto para os pets quanto para seus tutores. E para isso ocorrer, a empresa é dividida em áreas estratégicas que se completam, permitindo a boa funcionalidade do negócio, cooperando com seu crescimento sustentável.

As divisões começam pelo setor de Diretoria, que é responsável pelas principais decisões estratégicas, financeiras e que cuida dos relacionamentos com os parceiros. Logo em seguida, o Setor Financeiro e Administrativo cuida das principais atividades relacionadas a gestão de caixa, compras, controle e supervisão de estoque, pagamentos, além de cooperar e ajudar as demais áreas da empresa.

Já o Setor de Operações tem o foco nos serviços ofertados pela Pet's House, abrangendo a hospedagem e os principais cuidados com os cães, como, banho e tosa, brincadeiras, alimentação, supervisão. Para administrar esta área, a empresa optou pela escolha de um supervisor de operações, que é encarregado de treinar e organizar a equipe de cuidadores, para que os mesmos realizem os serviços de forma correta, mantendo a qualidade esperada pelos consumidores.

O Setor Comercial e Marketing são os responsáveis pela comunicação com os clientes, focando na divulgação da marca em diversos meios sociais e na atração de clientes.

2.3 Planejamento estratégico

A Pet's House tem como finalidade se consolidar como referência em hospedagem e bem-estar animal na cidade de Matão-SP. Dessa forma, foi desenvolvido um plano estratégico para orientar as ações tomadas e garantir um crescimento contínuo e sustentável.

O mercado pet apresenta uma expansão exponencial positiva, que demonstra boas oportunidades no mercado, principalmente pelo aumento da humanização dos animais, de acordo com o SEBRAE Paraná (2024), foram contabilizados cerca de 38.774 mil novos estabelecimentos voltados ao ramo de pets, totalizando mais de 285 mil empresas voltadas para esse mercado no Brasil. Isso demonstra uma ótima oportunidade para a Pet's House adentrar neste mercado, destacando-se por seu atendimento personalizado, qualidade de serviços e por sua estrutura acolhedora.

Os principais desafios para a implantação da empresa é o investimento inicial e a fidelização dos primeiros clientes, mas para que esses desafios sejam vencidos, a Pet's House planeja a curto prazo, implantar a unidade física, divulgar a marca e atingir o equilíbrio financeiro. A médio prazo, o plano é ampliar os serviços e fortalecer a fidelização dos clientes e a longo prazo, iniciar a expansão de atuação para outras cidades e investir em tecnologias sustentáveis.

2.3.1 Plano de ação

O plano de ação da Pet's House se baseia nas metas e prazos definidos no planejamento estratégico, constituindo as etapas necessárias para alcançar os objetivos estabelecidos pela empresa. Como dito antes, as ações estão distribuídas em curto, médio e longo prazo abrangendo todas as áreas do negócio.

No que diz questão ao curto prazo (0 a 12 meses), as ações se concentram principalmente na estruturação e consolidação inicial do negócio. Serão realizadas a aquisição de equipamentos iniciais essenciais para o bom funcionamento, a implantação da unidade física e o treinamento especializado da equipe, além da criação da identidade visual e o início da presença digital da marca. Ademais estão previstas campanhas de divulgação e marketing, criação de relações com nossos fornecedores, parcerias com clínicas veterinárias e claro o início das operações com a finalidade de proporcionar qualidade, bem-estar e segurança aos animais. Nessa fase do empreendimento o foco será principalmente no ponto de equilíbrio financeiro e na retenção e fidelização dos clientes.

A médio prazo (1 a 3 anos), após a consolidação inicial, a Pet's House focará suas ações no crescimento e fortalecimento da marca. As principais medidas serão a amplificação do portfólio de serviços prestados, com a inclusão de alimentação especializada e e-commerce de produtos pets, lançando também programas de fidelidade e recompensas para seus clientes mais fiéis e frequentes. Além disso, nesse período o foco nas estratégias de marketing digital será intensificado, para melhoria da visibilidade da marca, assim como na capacitação e treinamento da equipe e a melhora contínua dos processos operacionais, buscando o aumento de taxa de ocupação da hospedagem e fortalecimento da imagem do negócio como referência no cuidado animal.

No longo prazo (3 a 5 anos), o principal foco da Pet's House será na expansão e inovação. A empresa almeja inaugurar novas unidades em cidades da região, ampliando seu espaço de atuação e focando no crescimento dentro do mercado pet, através de investimentos em tecnologias que ajudam na gestão do negócio e no atendimento ao cliente. Também focará na ampliação de suas ações voltadas a sustentabilidade e razões sociais, apoiando nas campanhas de doações de animais, no uso de produtos ecológicos e projetos comunitários voltados ao bem-estar animal. Com essas ações a Pet's House visa consolidar a marca como modelo de excelência, inovação e impacto positivo no mercado pet regional.

Para ajudar a identificar melhor o que deve ser feito em cada período, foi realizada a criação de uma tabela que mostra ações que devem ser tomadas para alcançar cada objetivo.

Tabela 1 – Plano de ações

Prazo	Área	Ação	Objetivo
Curto (0-12 meses)	Operações	Implantação da unidade física e aquisição de equipamentos	Estruturar a empresa para operação inicial
Curto (0-12 meses)	RH	Contratação e treinamento da equipe	Garantir atendimento de qualidade e alinhamento com valores da empresa
Curto (0-12 meses)	Marketing e Vendas	Criação de identidade visual, presença digital e campanhas iniciais	Aumentar visibilidade e atrair os primeiros clientes
Curto (0-12 meses)	Parcerias	Estabelecer parcerias com clínicas e fornecedores locais	Fortalecer rede de apoio e oferecer serviços complementares

Médio (1-3 anos)	Serviços	Ampliação do portfólio (alimentação especializada, e-commerce)	Aumentar receitas e diversificar oferta
Médio (1-3 anos)	Marketing e Vendas	Implementação de programas de fidelidade e intensificação do marketing digital	Fidelizar clientes e consolidar marca regional
Médio (1-3 anos)	RH	Capacitação contínua da equipe	Garantir qualidade consistente no atendimento e serviços
Médio (1-3 anos)	Operações	Aprimoramento dos processos internos e controle de qualidade	Otimizar operações e aumentar eficiência
Longo (3-5 anos)	Expansão	Abertura de novas unidades em cidades vizinhas	Crescimento da marca e alcance regional
Longo (3-5 anos)	Inovação	Investir em tecnologias de gestão e atendimento	Melhorar experiência do cliente e eficiência operacional
Longo (3-5 anos)	Sustentabilidade	Ações sociais e ecológicas (apoio em campanhas de adoção, produtos ecológicos, projetos comunitários)	Reforçar imagem da marca como socialmente responsável

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

O plano de ação da Pet's House está alinhado aos prazos estratégicos definidos, permitindo um crescimento estruturado e sustentável. Cada etapa foi planejada para fortalecer a empresa e auxiliar no seu crescimento gradual, iniciando pela implantação e reconhecimento da marca na cidade de Matão, passando para expansão dos serviços e clientes e chegando até sua consolidação regional, mostrando assim sua força dentro do mercado de pets no Brasil.

3 PRODUTO/SERVIÇO

A Pet's House oferece aos seus clientes um catálogo completo de serviços voltados ao cuidado e bem-estar dos animais de estimação, tendo seu foco na hospedagem, recreação, banho e tosa. Ademais, a empresa disponibiliza uma gama de produtos selecionados, que inclui sachês para cães, itens de higiene e acessórios, dando prioridade a qualidade e segurança do serviço prestado. Com isso, ela busca atender tanto às necessidades básicas dos pets quanto as expectativas de seus tutores, garantindo conforto, carinho, segurança e a confiança do cliente.

Comum olhar cuidadoso para a excelência no atendimento, a Pet's House se propõe a ser mais do que um simples estabelecimento comercial, atuando como um ambiente de cuidado, amor e convivência aos animais, onde será proporcionado aos clientes soluções personalizadas, transmitindo aos mesmos a sensação de acolhimento.

3.1 Características

Os serviços e produtos oferecidos pela Pet's House são caracterizados por altos padrões de qualidade, inovação e compromisso com o bem-estar dos animais. Cada mínimo serviço é executado por profissionais altamente capacitados e treinados para lidar com diversos temperamentos, raças e necessidades específicas dos pets.

Antes da realização dos serviços, todos os clientes deverão assinar um contrato de prestação de serviço, que pode ser visto na íntegra no apêndice A, onde eles terão ciência de cada serviço prestado, assegurando também que seu pet foi hospedado com boa saúde e que o mesmo está com todas as vacinas necessárias em dia, além disso nesse contrato estará todos os critérios referentes a multas, pagamentos, atrasos, obrigações de ambas as partes, direitos de imagem e informações necessárias para a segurança geral da empresa.

O serviço de banho e tosa é realizado com produtos hipoalergênicos e equipamentos modernos, seguindo protocolos de higiene rigorosos e técnicas que não incomodam e não estressam os animais.

Já a hospedagem é totalmente planejada para promover conforto e segurança aos pets, contando com espaços individualizados, áreas de lazer supervisionadas integralmente e rotina de cuidados com a alimentação, passeios e diversões.

Partindo para os produtos comercializados pela Pet's House, eles passam por um processo rigoroso de seleção, onde é priorizado marcas certificadas e reconhecidas, tendo foco na qualidade, seja ela nutricional, de durabilidade e sustentabilidade.

Outro diferencial está ligado a socialização e recreação dos pets, onde é promovido o equilíbrio físico e emocional deles, contribuindo para o desenvolvimento comportamental saudável.

Para fornecer da melhor forma cada produto e serviço proporcionado pela empresa, a equipe da Pet's House sempre terá investimentos relacionados a melhoria da capacitação profissional, garantindo dessa forma que todos os atendimentos sejam realizados de modo personalizado, humanizado, profissional e ético, sempre priorizando as boas práticas em cuidado animal.

3.2 Proposta de valor

A proposta de valor da Pet's House se baseia na proposta de uma experiência completa, personalizada e diferenciada, que une carinho, segurança, confiança e conveniência em um único lugar. A empresa interpreta que cada cachorro possui uma personalidade única, e por isso, busca atender cada pet de forma individualizada, garantindo tranquilidade e segurança aos tutores.

Além de prestar serviços, a Pet's House tem o comprometimento em criar vínculos de confiança e afeto, transmitindo aos clientes uma extensão do seu próprio lar. O que difere das demais empresas no ramo é a forma como a Pet's House integra qualidade, acolhimento e responsabilidade, proporcionando soluções que ajudam o dia a dia dos donos de pets e asseguram a saúde dos animais.

Também, a marca busca continuamente realizar práticas sustentáveis, investindo e incentivando o uso de produtos ecológicos e consumo consciente, além de apoiar em campanhas de adoção de animais e construir parcerias com ONGs de proteção animal.

Com isso, a Pet's House demonstra ao mercado uma marca que se compromete com a ética e com o futuro do setor pet, mantendo-se sempre moderna e agregando valor emocional a cada passo dado, conquistando cada vez mais seu espaço no universo pet e garantindo a lealdade dos seus clientes.

4 ANÁLISE DE MERCADO

O mercado pet vem apresentando um ótimo crescimento nos últimos anos, e isso é impulsionado pelo aumento significativo da conscientização sobre o bem-estar animal e pela humanização dos pets. Cada vez mais, os tutores buscam serviços e produtos que asseguram qualidade, segurança e conforto para seus cães. Segundo a ABINPET (2024), o mercado pet no Brasil teve um faturamento de 9,6% maior em 2024 em relação ao ano de 2023, fechando com 75,4 bilhões de reais de faturamento em 2024.

Seguindo esse contexto, A Pet's House se insere em um setor que vem ascendendo, que se caracteriza pela valorização da experiência vivida pelo cliente e pela diversificação de serviços e produtos oferecidos. O empreendimento visa atender essa demanda que cresce diariamente, oferecendo soluções completas em cuidado, confiança e praticidade.

4.1 Cenário econômico atual

O atual cenário econômico demonstra desafios enfrentados pelo setor, como a inflação, desaceleração do consumo e câmbio instável. No entanto, o setor pet se mantém forte e resiliente. Segundo dados apresentados pela Associação brasileira de Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET) e do Instituto Pet Brasil (IPB) (2025), com base nos dados do 1º trimestre de 2025 a projeção de faturamento para o fim do ano é de 78 bilhões de reais para o setor pet no Brasil, tendo um crescimento de aproximadamente 3,5% em relação ao ano de 2024. Isso demonstra que mesmo diante a desafios complexos de economia no Brasil, o setor pet ainda continua sendo lucrativo, garantindo um crescimento contínuo e resiliente.

4.2 Oportunidades e riscos

O mercado pet apresenta grandes oportunidade de crescimento, devido ao aumento de animais de estimação e demanda crescente de serviços especializados e personalizados. Entre as principais oportunidades estão no desenvolvimento de serviços personalizados, uso de tecnologias digitais para fidelização de clientes, expansão do mercado na região etc.

Portanto, o setor também enfrenta riscos, como a variação de custos operacionais, mudanças na economia do país, necessidade de manter padrões elevados de qualidade e alta competitividade.

Para manter os riscos e oportunidades sempre em observação, a Pet's House conta com uma Análise SWOT onde cada letra representa alguns pilares do marketing, onde o S representa as forças do negócio (Strengths), o W representa as fraquezas (Weaknesses), a letra O demonstra as oportunidades (Opportunities) e a T demonstra as ameaças que podem ser enfrentadas (Threads), essa análise é conhecida no Brasil como matriz FOFA, onde se traduz cada palavra do inglês para o português. Essa análise não deixa explícito apenas suas oportunidades e riscos, como também seus pontos fortes e fracos, mostrando para empresa em qual ponto deve tomar mais cuidado e qual ponto é o diferencial, para que assim se planeje melhor os próximos passos da empresa.

Quadro 1 – Análise SWOT

 Forças (Strengths) • Funcionamento 24 horas, garantindo conveniência e segurança aos tutores. • Ambiente seguro, acolhedor e confortável, priorizando o bem-estar dos cães. • Proposta diferenciada e foco na confiança entre cliente e empresa. • Vantagem de ser o primeiro serviço especializado em hospedagem para cães na cidade (prime mover).	 Fraquezas (Weaknesses) • Marca nova no mercado, ainda em fase de conquista de clientes e credibilidade. • Alto custo operacional devido ao funcionamento 24 horas e manutenção da infraestrutura. • Dependência inicial de poucos colaboradores, exigindo treinamento e rotinas bem definidas. • Necessidade de investimento em marketing local e em educação do público sobre serviços de hospedagem.
 Oportunidades (Opportunities) • Ausência de hotéis/creches para cães em Matão — oportunidade de ser referência na cidade. • Possibilidade de captar clientes locais por falta de concorrentes diretos. • Parcerias com clínicas veterinárias, pet shops e comércios locais para aumentar alcance. • Promoção de serviços adicionais (banho e tosa, transporte) para aumentar receita.	 Ameaças (Threads) • Mercado potencialmente pequeno na cidade — necessidade de avaliar demanda real. • Custos fixos elevados e sensibilidade a variações econômicas na região. • Risco reputacional se houver falhas operacionais em um mercado sem alternativas. • Barreiras regulatórias locais ou exigência de licenças específicas.

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

Com a ajuda da Análise SWOT, a Pet's House busca mitigar as ameaças por meio de planejamento financeiro robusto, inovação constante, monitoramento de mercado e treinamento contínuo da sua equipe, assim podendo garantir a sustentabilidade e o seguro crescimento da empresa.

4.3 Clientes e concorrentes

Para a realização de um desenvolvimento mais estratégico da Pet's House, torna-se muito importante entender o perfil do público-alvo e a dinâmica competitiva do setor. A análise e pesquisa detalhada dos clientes permite interpretar quais são suas necessidades, preferências e comportamentos de consumo. Ademais o estudo dos concorrentes possibilita mapear e analisar oportunidades e modos de diferenciação, tornado mais fácil decidir o que aprimorar dentro do portfólio de produtos e serviços oferecidos.

Quadro 2 – Clientes e concorrentes

CLIENTES	CONCORRENTES
Tutores de cachorros de pequeno porte e médio porte.	Pet shops locais com oferta de produtos básicos (ração, acessórios, higiene).
Buscam serviços de hospedagem, banho e tosa, recreação.	Clínicas veterinárias oferecendo serviços de saúde, hospedagem limitada e banho e tosa.
Valorizam atendimento humanizado e personalizado.	Empresas de hospedagem e serviços especializados (hotéis para pets, daycare).
Prioridade: conforto, segurança e bem-estar do pet.	Diferenciais da Pet's House: integração de serviços, ambiente acolhedor, equipe capacitada, atendimento personalizado e programas de fidelidade.
Dispostos a investir em produtos e serviços de qualidade.	Monitoramento constante da concorrência para ajustes estratégicos.
Interesse em conveniência e soluções integradas.	

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

Este levantamento fundamenta ações estratégicas voltadas à excelência no atendimento, à fidelização de clientes e ao fortalecimento do posicionamento da marca no mercado pet.

4.4 Posição da empresa

A Pet's House se posiciona como uma empresa confiável, comprometida e moderna, que foca no bem-estar dos cães. Seu objetivo é oferecer mais do que serviços, e sim proporcionar uma experiência completa e inesquecível, que demonstre todo seu cuidado, qualidade e inovação aos clientes e ao mercado, fortalecendo sua imagem e confiança.

A empresa busca consolidar sua marca no mercado regional, investindo em sua responsabilidade social e sustentável. Esse posicionamento fortalece a relação entre os tutores e seus pets, ajudando a se destacar frente à concorrência e reafirmando seu compromisso com o crescimento sustentável no setor pet.

5 PLANO DE MARKETING

O plano de marketing da Pet's House tem como objetivo intensificar a presença da marca no mercado pet e consolidar sua posição como referência regional no cuidado e hospedagem de cães. As ações serão guiadas pela valorização da experiência e feedback do cliente e pelo forte vínculo entre tutores e seus pets, buscando gerar intimidade com a marca.

Em relação as estratégias de divulgação, o principal foco é a inclusão de campanhas publicitárias em mídias digitais, com intensificação nas redes sociais da empresa, como TikTok, Instagram e Facebook, com postagens frequentes e conteúdo informativo voltado ao bem-estar animal, e tudo isso sendo impulsionado financeiramente por investimentos no Google Ads, que demonstra os produtos da Pet's House em plataformas parceiras e anúncios de pesquisa no Google, Youtube etc. Além disso, serão realizadas pesquisas segmentadas para identificação de mudanças nos interesses do público-alvo.

Para aumentar ainda mais sua visibilidade, a empresa deseja desenvolver parcerias com clínicas veterinárias, ONGs de adoção e influenciadores do segmento pet.

Para que tudo seja realizado e melhorado com êxito, será realizado monitoramento contínuo de desempenho, contendo o alcance, conversão e engajamento, possibilitando realizar ajustes no plano de marketing, melhorando sempre a eficiência das campanhas realizadas.

5.1 Estratégias de relacionamento com o público-alvo

As estratégias da Pet's House em relação ao relacionamento com o público estão baseadas no objetivo de fortalecer o vínculo entre a marca e os tutores de cães, através da promoção de uma experiência personalizada. O negócio crê que o relacionamento é um dos principais pilares para reter e fidelizar clientes alvos.

Por esse motivo, a empresa terá um programa de fidelidade com benefícios, descontos e bônus para clientes fiéis. Além disso, será implantado um sistema de cadastro digital, que permitirá visualizar o histórico de atendimento de cada cão, promovendo um atendimento mais personalizado e ágil.

Para criar um vínculo emocional com o cliente, a comunicação será constante, através de redes sociais, e-mails e WhatsApp corporativo para envios de lembretes, mensagens de acompanhamento durante a realização do serviço prestado e também no pós-atendimento e para aviso de promoções.

Mas para tudo isso ser realizado de forma correta, um ponto de extrema importância é o treinamento da equipe, que será realizado constantemente, voltado para melhoria contínua do atendimento ao público, melhorando na empatia, na escuta ativa e na resolução prática e rápida de demandas. A empresa adotará também pesquisas de satisfação e experiência para avaliar como os clientes se sentiram em relação aos serviços e atendimentos prestados.

5.2 Estratégias de venda

As estratégias de venda da empresa são dispostas com base em um modelo híbrido, que vai mesclar entre atendimento digital e presencial, para aumentar o alcance e atender variados perfis de clientes. Os focos serão divididos entre o valor agregado ao serviço, a personalização e a conveniência.

Com isso serão desenvolvidos pacotes promocionais e variados tipos de assinaturas mensais de serviços, possibilitando assim ao cliente economizar e garantir um atendimento frequente. Esses pacotes e assinaturas vão incluir todos os nossos serviços, como planos de banho e tosa, hospedagem frequente e serviços de recreação. As estratégias incluem também a integração do e-commerce ao site da marca, que disponibilizará a oportunidade da comercialização de forma online de produtos, como sachês para cães, acessórios, brinquedos, de higiene, além de agilizar o agendamento de serviços.

Para que tudo saia dentro dos conformes, a equipe de vendas sempre será treinada e capacitada, para melhoria contínua nas técnicas de persuasão respeitosa e ética, atendimento consultivo e na clara apresentação dos diferenciais competitivos da empresa. Com isso, a meta desses treinamentos é aumentar a conversão de novos clientes, compras e recompras, melhorando o relacionamento ao longo prazo.

E para integrar todas as atividades de vendas, a Pet's House optará por utilizar o CRM (Customer Relationship Management), para acompanhar comportamentos de consumidores, gerenciar contatos e direcionar ações personalizadas de marketing e vendas.

5.3 Estratégias de distribuição

A estratégia de distribuição se baseia no modelo omnicanal, que relaciona os meios físicos e digitais, oferecendo assim uma experiência mais fluída e prática ao cliente. O ponto presencial, ou melhor dizendo físico, funcionará no próprio local da empresa, praticamente

como um centro de atendimento e de pequenas movimentações logísticas, enquanto o canal digital possibilitará agendamentos, compras e suporte remoto.

Todos os produtos oferecidos pela marca serão distribuídos por meio de entregas agendadas e de forma mais rápida possível, mas sempre priorizando manter a qualidade e a integridade do produto. As entregas serão responsabilidades da empresa, onde os próprios funcionários realizaram as entregas dos pedidos. Já os serviços disponibilizados como banho e tosa, hospedagem e recreação terão um sistema de agendamento online, facilitando na gestão de tempo e priorizando a satisfação do cliente.

Para garantir que as operações se mantenham eficiente, a empresa planeja implementar um sistema de controle de estoque, que ajudará na otimização de fluxo de pedidos e evitará falhas no abastecimento e gerenciamento de estoque.

Por fim, como uma das prioridades da Pet's House é manter sempre suas práticas de sustentabilidade em tudo que faz, suas operações de distribuição serão direcionadas a embalagens recicláveis e meios de transporte com baixos custos e impactos ambientais, reforçando para o mercado seu compromisso com a responsabilidade socioambiental.

6 MANUFATURA E/OU OPERAÇÕES

Nesta seção se encontra o detalhamento de como será executado os essenciais serviços da Pet's House, mostrando o funcionamento logístico e como ocorre a organização interna para a entrega da proposta de valor da empresa. O setor de operações da empresa tem o foco em realizar os produtos ofertados, abrangendo a hospedagem e os principais cuidados com os cães, como brincadeiras, alimentação, supervisão e banho e tosa.

Para que tudo ocorra bem, a Pet's House irá adotar uma estrutura organizacional funcional, pensando em manter a qualidade do serviço prestado e uma gestão cada vez mais eficiente. Para que esses processos ocorram conforme o planejado, foi optado pela empresa o uso de um supervisor de operações, que se encarregará de treinar e organizar a equipe de operações

6.1 Descrição do processo de prestação de serviços

O processo da Pet's House é um fluxo de prestação de serviços, que foca fornecer o bem-estar e a saúde emocional e física dois cães. Os serviços serão prestados digitalmente e presencialmente, seguindo o modelo híbrido.

Em relação a prestação de serviços (hotel, banho e tosa), ocorrerá o agendamento e a triagem, onde o agendamento será realizado de forma online, facilitando a gestão de tempo e priorizando a satisfação do cliente. O atendimento é personalizado, garantindo assim a confiança e segurança dos tutores.

Falando sobre a infraestrutura e acomodação, a implantação da unidade física ocorrerá de imediato. O espaço é amplo, para proporcionar um ambiente bom para socializar, brincar, relaxar e dormir, por isso, a hospedagem é pensada e planejada para promover conforto e segurança, contando com supervisão mútua e espaços individualizados.

Já na execução dos serviços prestados, o banho e tosa é realizado com produtos hipoalergênicos e equipamentos modernos, seguindo sempre um protocolo de higiene e cuidado e utilizando sempre técnicas adequadas que não prejudiquem e nem estressem os cachorros. A rotina de cuidado inclui alimentação, passeios e diversões, por isso o monitoramento vai ser realizado 24h por dia, para garantir que cada cão seja cuidado de forma individual e correta.

O fluxo de vendas e logística se inicia coma a seleção e estoque. Os produtos comercializados passam por um processo rigoroso de seleção, priorizando a qualidade

nutricional, de durabilidade e sustentabilidade. Um sistema de estoque será implantado para otimizar o fluxo de pedidos e avaliar falhas no abastecimento e gerenciamento de estoque.

A distribuição dos produtos (e-commerce e loja física) irá seguir um modelo híbrido. O ponto físico funciona como a centralização de atendimento e pequenas movimentações logísticas, e o remoto possibilita compras e vendas de forma online. As entregas que serão agendadas terão responsabilidade total da empresa e será realizada pelos próprios funcionários. E para manter a ideia de empresa sustentável, a marca usará embalagens recicláveis e veículos de baixo impacto ambiental.

6.2 Sistema de qualidade

O sistema de qualidade na Pet's House servirá para reforçar a imagem da marca como um modelo de excelência e inovação, proporcionando ao cliente um atendimento que solucione seus problemas e transmita segurança, garantindo satisfação e lealdade dos clientes.

Para garantir a qualidade dos serviços prestados, todo profissional será treinado e capacitado, esses treinamentos serão constantes, mirando a melhoria contínua no atendimento ao público, tendo melhoria na empatia, na resolução prática e rápida de demandas e na escuta ativa. O foco é garantir que os atendimentos sejam realizados de modo personalizado, profissional, ético e humanizado, sempre priorizando o bom cuidado com o animal.

Para controle de feedback será realizadas pesquisas de satisfação e monitoramento frequente da qualidade dos produtos, serviços e dos atendimentos oferecidos. Será usado o CRM (Customer Relationship Management) para integrar as atividades de vendas, auxiliando no acompanhamento do comportamento dos consumidores, gerenciando contatos e norteador ações personalizadas de marketing e vendas. A Pet's House iniciará a implementação do Sistema de Gestão da Qualidade (SGC) conforme os requisitos da norma ISO 9001:2015. Esta certificação irá formalizar a abordagem baseada em processos, o foco no cliente e a melhoria contínua em toda a empresa.

Mantendo o comprometimento com os clientes, a Pet's House será totalmente transparente na comunicação com os tutores, mantendo sempre claro e seguro qual serviço foi realizado com seu cão. Seguindo a ideia de compromisso, a empresa fará sempre presente práticas sustentáveis, respeitando o meio ambiente e garantindo sua responsabilidade ambiental.

Para que seja garantido o aprimoramento dos processos operacionais no médio prazo, será investido em inovação, tecnologia e em treinamentos, visando otimizar as operações e aumentar continuamente a eficiência nos processos, abrindo portas para o aumento do portfólio de produtos e serviços.

7 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro busca apresentar de forma clara e objetiva as necessidades de investimento inicial, a previsão de receitas e despesas, e a rentabilidade esperada da Pet's House, que no futuro busca se tornar referência em hospedagem e bem-estar com cães na cidade de Matão-SP.

O plano financeiro é indispensável para guiar a empresa rumo ao seu objetivo de conquistar o ponto de equilíbrio o mais breve e organizado possível, garantindo assim uma melhor gestão de custos e a longevidade do projeto.

A seguir, serão detalhadas as projeções que sustentam o crescimento estruturado e sustentável da empresa.

7.1 Investimento inicial

O investimento inicial é essencial para mapear todos os custos necessários para a implantação e o início das operações da Pet's House.

O planejamento do investimento inicial foi elaborado para garantir a alocação eficiente de recursos, cobrindo desde a estruturação física e a aquisição dos primeiros equipamentos até a formação de um capital de giro robusto para os primeiros meses de atividades.

O principal objetivo do quadro apresentado a seguir é fornecer uma visão financeira transparente e realista dos recursos utilizados inicialmente na empresa, assegurando que o projeto tenha a solidez adequada para iniciar as suas atividades, mitigando os riscos operacionais iniciais.

Abaixo é apresentado o quadro de investimentos iniciais da empresa.

Quadro 3 – Investimentos Iniciais

Categoria	Descrição do Item/Serviço	Estimativa de Valor (R\$)
I. Custos de Instalação e Estrutura		R\$ 15.000,00
Reforma/Adaptação do Imóvel	Pintura, divisórias, pisos antiderrapantes, pontos hidráulicos/elétricos, impermeabilização.	R\$10.000,00

Categoria	Descrição do Item/Serviço	Estimativa de Valor (R\$)
Mobiliário e Decoração	Balcão de atendimento, prateleiras, expositores, mesas, cadeiras, armários (básico).	R\$ 2.500,00
Instalação de Segurança/Monitoramento	Câmeras, DVR e alarme básicos.	R\$ 2.500,00
II. Equipamentos Essenciais		R\$ 9.000,00
Para Banho e Tosa	Máquinas de tosa (1 unidade), sopradores (1 unidade), secadores (1 unidade), banheira (1 unidade), mesas de tosa (1 unidade), gaiolas/canis de espera, aquecedor de água.	R\$ 4.000,00
Para Atendimento/Administração	Computador, impressora, máquina de cartão, telefone, sistema de gestão (anual/mensal, considerado aqui 1 ano).	R\$ 5.000,00
III. Estoque Inicial		R\$ 9.000,00
Alimentos	Rações premium, comuns, petiscos variados.	R\$ 4.000,00
Produtos de Higiene	Shampoos, condicionadores, perfumes.	R\$ 1.500,00
Acessórios	Brinquedos, coleiras, guias, caminhas, roupas (mix inicial).	R\$ 2.000,00
Medicamentos/Suprimentos Básicos	Itens de primeiros socorros ou básicos (se permitido legalmente).	R\$ 500,00
Produtos para venda	Acessórios e sachês (laços, gravatas, tigelas, brinquedos, coleiras)	R\$ 1.000,00
IV. Custos Legais e Burocráticos		R\$ 2.500,00
Abertura de Empresa	Taxas da Junta Comercial e honorários de contador (serviço inicial).	R\$ 1.000,00
Licenças e Alvarás	Bombeiros, Vigilância Sanitária, Prefeitura.	R\$ 1.500,00
V. Marketing e Comunicação Inicial		R\$ 2.200,00
Criação de Logotipo	Contratação de designer.	R\$ 200,00
Fachada/Sinalização	Letreiro, adesivos, pintura externa.	R\$ 1.500,00
Campanhas de Marketing Digital	Anúncios em redes sociais.	R\$ 500,00
Subtotal de Investimento Fixo (I + II + III + IV + V)		R\$ 37.700,00
VI. Capital de Giro (3 meses)	Para cobrir despesas fixas e variáveis nos primeiros meses de operação.	R\$ 12.566,67
Despesas Mensais Estimadas	Aluguel (R\$ 1.500) + Salários e encargos (R\$ 13.200,00) + Contas de consumo (R\$ 1,600) + Produtos de limpeza (R\$500) + Mensalidades de sistemas (R\$ 300) + Despesas variáveis (R\$ 800). (valor mínimo de)	R\$ 17.000,00

Categoria	Descrição do Item/Serviço	Estimativa de Valor (R\$)
INVESTIMENTO INICIAL TOTAL ESTIMADO (Subtotal + Capital de Giro)	Valor mínimo.	R\$ 67.266,67
VII. Reserva de Emergência (10 a 20% sugerido)	Recomendável para imprevistos e fluxo de caixa inicial.	R\$ 33.000,00
TOTAL COM RESERVA (Valor mais realista)		R\$ 100.266,67

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

A estimativa abrange sete categorias principais, com isso, o investimento inicial da Pet's House é de R\$ 67.266,67, com uma reserva de emergência recomendada que eleva o valor total mais a reserva para R\$ 100.266,67.

7.2 Fluxo de caixa

A projeção de fluxo de caixa é vital para avaliar a viabilidade financeira do negócio, detalhando a movimentação esperada de recursos e a capacidade de geração de caixa. Ele projeta o equilíbrio entre as entradas e saídas de caixas, resultando no fluxo de caixa líquido operacional.

Os principais objetivos desta projeção é verificar a rentabilidade, acompanhar a liquidez e avaliar a viabilidade do investimento inicial.

Abaixo é apresentado o quadro de fluxo de caixa da Pet's House.

Quadro 4 – Fluxo de Caixa

Descrição	Ano 1 (R\$)	Ano 2 (R\$)
A. Entradas de Caixa (Faturamento Bruto)	R\$ 364.800,00	R\$ 401.280,00
B. Saídas de Caixa		
Custos Variáveis (28% do Faturamento)	R\$ 102.144,00	R\$ 112.358,40
Impostos (6% do Faturamento)	R\$ 21.888,00	R\$ 24.076,80

Despesas Fixas (Anual)	R\$ 192.000,00	R\$ 199.680,00
Total de Saídas Operacionais (B)	R\$ 316.032,00	R\$ 336.115,20
C. FLUXO DE CAIXA LÍQUIDO OPERACIONAL (A - B)	R\$ 48.768,00	R\$ 65.164,80
D. FLUXO DE CAIXA ACUMULADO		
Saldo Inicial de Caixa (Investimento)	R\$ 54.700,00	R\$ 103.468,00
Geração/Necessidade de Capital de Giro	R\$ 0,00	R\$ 0,00
FLUXO DE CAIXA ACUMULADO (Ano)	R\$ 103.468,00	R\$ 168.632,80

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

A análise indica uma performance operacional positiva, com um aumento significativo no fluxo de caixa líquido operacional do Ano 1 para o Ano 2, confirmando o crescimento e a saúde financeira projetada para o negócio.

O saldo final de caixa acumulado de R\$ 168.632,80 ao final do Ano 2 representa uma excelente reserva para reinvestimentos, expansão ou distribuição de lucros.

7.3 Demonstração do resultado do exercício (DRE)

A DRE é fundamental para a contabilidade gerencial, ela tem como principal objetivo mensurar o desempenho econômico do negócio ao confrontar receitas, custos e despesas de um certo período. Além disso, a demonstração do resultado do exercício permite identificar se a operação está gerando lucro ou prejuízo, servindo como demonstrativo da rentabilidade e eficiência da empresa.

Essa análise necessita de uma boa estrutura, para demonstrar sem erro os parâmetros financeiros atuais do empreendimento, por isso é composta pela receita bruta e líquida, cálculos de lucro bruto, lucro operacional, redução com a adição de taxas, para no final resultar no lucro líquido da empresa, permitindo analisar corretamente a situação da empresa.

Abaixo é apresentado um quadro que demonstra uma suposta DRE da Pet's House.

Quadro 5 - DRE

Descrição (DRE)	Ano 1 (R\$)	Ano 2 (R\$)
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$364.800,00	R\$401.280,00
Cálculo Ano 1: Rampa (12.800+19.200+25.600) + 9 meses a R\$ 32.000	R\$364.800	R\$ 364.800 * 1.10
(-) Deduções da Receita		
Tributos – Simples Nacional (8,6%)	R\$31.372,80	R\$34.510,00
(=) RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$333.427,20	R\$366.770,00
(-) CUSTOS VARIÁVEIS (CMV/CSV)		
Custo da Mercadoria/Serviço Vendido (28% da Receita Bruta)	R\$102.144,00	R\$112.358,40
(=) LUCRO BRUTO	R\$231.283,20	R\$254.412,00
(-) DESPESAS OPERACIONAIS FIXAS		
Despesas Fixas Anuais	R\$192.000,00	R\$199.680,00
	Ano 1: R\$ 16.000 * 12	Ano 2: R\$ 192.000 * 1.04
(=) LUCRO OPERACIONAL	R\$39.283,20	R\$54.732,00
(-) Despesas Não Operacionais (Depreciação)	R\$3.770,00	R\$3.770,00
(=) LUCRO LÍQUIDO ANTES do IR/CS	R\$35.513,20	R\$50.962,00

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

A demonstração da DRE demonstra e confirma o bom desempenho financeiro e econômico da empresa.

O debate entre receitas, custos e despesas aponta um lucro líquido sólido desde o primeiro ano, tendo aumento significativo projetado para o segundo ano. Este crescimento

demonstra a eficiência da estrutura de custos e a capacidade do negócio de gerar dinheiro e manter uma rentabilidade positiva ao passar dos anos.

7.4 Payback

O payback é um indicador financeiro essencial que determina em quanto tempo o valor do investimento inicial total será recuperado pelo fluxo de caixa gerado pelo empreendimento.

Essa métrica é essencial para medir riscos, avaliar se realmente a empresa tem uma boa liquidez, ajuda a tomar decisões.

A análise do payback é calculada dividindo o investimento inicial pelo fluxo de caixa médio ou lucro líquido gerado por período.

Os valores usados como referências para os cálculos estão abaixo.

Quadro 6 - Valores usados para cálculo do Payback

Item	Valor (R\$)	Origem
Investimento Inicial Total (I.I.)	R\$ 67.266,67	(Investimento Fixo + Capital de Giro + Reserva) - Conforme seus dados originais.
Lucro Líquido Anual Médio	R\$ 43.237,60	(R\$ 35.513,20 do Ano 1 + R\$ 50.962,00 do Ano 2) / 2
Lucro Líquido Mensal Médio	R\$ 3.603,13	R\$ 43.237,60 / 12 meses

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

Com os valores apresentados foi realizado um cálculo direto do investimento inicial total dividido pelo lucro líquido anual médio, e o resultado demonstrou que a Pet's House recuperaria seu investimento inicial em 19 meses.

Figura 2 – Cálculo direto Payback

$$\text{Payback (Anos)} = \frac{\text{Investimento Inicial Total}}{\text{Lucro Líquido Anual Médio}}$$

$$\text{Payback (Anos)} = \frac{R\$ 67,266.67}{R\$ 43,237.60} \approx 1.56 \text{ anos}$$

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

Para ter uma visão ainda mais precisa, a Pet's House utilizou o lucro líquido gerado ano a ano até exatamente o momento de recuperação do investimento inicial.

Com isso, os valores utilizados para a realização dessa análise se encontram no quadro abaixo.

Quadro 7 – Valores de referência de projeção detalhada do Payback

Período	Lucro Líquido Anual (R\$)	Lucro Líquido Acumulado (R\$)	Saldo a Recuperar do I.I. (R\$)
Investimento Inicial	-	-	R\$ 67.266,67
Ano 1	R\$ 35.513,20	R\$ 35.513,20	R\$ 31.753,47
Ano 2	R\$ 50.962,00	R\$ 86.475,20	+ (R\$ 19.208,53)

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

Analisando os valores acima, o investimento inicial de R\$ 67.266,67 será totalmente recuperado no decorrer do segundo ano da empresa. Ao final do primeiro ano será recuperado R\$ 35.513,20, faltando recuperar apenas R\$ 31.753,47.

Como o suposto lucro anual do segundo ano foi de R\$50.962,00, esse valor foi desmembrado em 12 meses, totalizando um lucro mensal de R\$4.246,83. Com isso foi realizado o cálculo abaixo.

Figura 3 – Cálculo detalhado Payback

$$\text{Meses no Ano 2 para Payback} = \frac{\text{Saldo a Recuperar}}{\text{Lucro Líquido Mensal no Ano 2}}$$

$$\text{Meses no Ano 2} = \frac{\text{R\$ 31.753,47}}{\text{R\$ 4.246,83}} \approx 7,48 \text{ meses}$$

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

Com a imagem acima, é de se entender que o valor que faltava para recuperar, no caso os R\$ 31.753,47, será alcançado no decorrer do sétimo mês.

Portanto a empresa alcançou um payback de pouco mais de 19 meses (1 ano e aproximadamente 7 meses), isso demonstra um ótimo prazo para a empresa recuperar o valor do investimento inicial que é considerado alto.

Isso demonstra que, se as metas otimizadas de faturamento e custos forem atingidas, a Pet's House tem uma alta atratividade e liquidez, recuperando rapidamente o capital investido.

7.5 Ponto de Equilíbrio (PE)

O ponto de equilíbrio de equilíbrio é uma métrica de gestão essencial para a definição do faturamento mínimo necessário para cobrir todos os custos e despesas do empreendimento, que resulta em um lucro igual a zero.

Para descobrir o PE da Pet's House foram utilizados os principais dados financeiros anuais da empresa, que servem como base para o cálculo. Esses dados se encontram abaixo.

Tabela 2 – Dados Anuais do primeiro ano

Descrição	Valor (R\$)
Despesas Fixas Anuais	192.000,00
Margem de Contribuição (%)	63,40%

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

Com as informações acima é necessário agora apenas aplicar o cálculo do PE, que seria as despesas fixas anuais dividida pela margem de contribuição. Assim como ilustra a tabela abaixo.

Tabela 3 – Cálculo PE anual

Fórmula	Substituição	Resultado (R\$)
$PEC = \frac{\text{Despesas Fixas Anuais}}{\text{MC\%}}$	$192.000 \div 0,634$	302.839,17

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

Aplicando a fórmula, o Ponto de Equilíbrio Anual é de R\$ 302.839,17. Esse é o valor mínimo que a empresa precisa faturar durante o ano para cobrir todas as suas despesas fixas.

E para descobrir o ponto de equilíbrio mensal da Pet's House, basta apenas dividir o PE anual por 12, demonstrando assim que o PE mensal da empresa deve ser de R\$ 25.236,60.

Com base nos dados do Ano 1, o Ponto de Equilíbrio Mensal é de R\$ 25.236,60. Como o faturamento médio mensal projetado é de R\$ 30.400,00, a empresa supera o ponto de equilíbrio e, portanto, deve operar com lucro.

7.6 Preço de serviços e produtos

Para estabelecer um equilíbrio entre a competitividade no mercado e a saúde financeira do empreendimento, foi desenvolvido dois quadros, uma apresentando os preços dos serviços disponibilizados e outra os preços dos produtos vendidos pela empresa, e para a criação deles, houve uma análise rigorosa dos custos diretos e indiretos, sobre o

posicionamento de mercado e a margem de lucro desejada. Assim chegou-se na criação dos quadros de preços apresentados a seguir.

Quadro 8 – Preço dos serviços prestados

Porte do Animal	Serviço	Comum (Básico)	Confort (Intermediário)	Premium (Especializado/VIP)
Pequeno	Banho & Tosa (Preço por Serviço)	R\$55,00	R\$75,00	R\$110,00
(Até 10kg)	Hotelaria (Preço por Diária)	R\$80,00	R\$110,00	R\$150,00
	Atividades (Diária de Creche/Sessão)	R\$ 35,00 (Sessão)	R\$ 60,00 (Diária)	R\$ 90,00 (Diária Integral c/ Treino)
Médio	Banho & Tosa (Preço por Serviço)	R\$75,00	R\$105,00	R\$150,00
(10kg a 25kg)	Hotelaria (Preço por Diária)	R\$105,00	R\$145,00	R\$195,00
	Atividades (Diária de Creche/Sessão)	R\$ 45,00 (Sessão)	R\$ 75,00 (Diária)	R\$ 115,00 (Diária Integral c/ Treino)
Grande	Banho & Tosa (Preço por Serviço)	R\$110,00	R\$155,00	R\$220,00
(Acima de 25kg)	Hotelaria (Preço por Diária)	R\$140,00	R\$185,00	R\$250,00
	Atividades (Diária de Creche/Sessão)	R\$ 55,00 (Sessão)	R\$ 90,00 (Diária)	R\$ 140,00 (Diária Integral c/ Treino)

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

Quadro 9 – Preço dos produtos vendidos

Categoria do Produto	Item/Tipo	Preço de Custo Médio (Fornecedor)	Preço de Venda Sugerido (PVS)	Markup (Aprox.)	Margem Bruta (%)
Alimentação Suplementar					
Sachê/Alimento Úmido (Unidade)	Cães (Diversas Marcas)	R\$4,50	R\$6,80	1.51	34%
Acessórios de Lazer (Brinquedos)					

Categoria do Produto	Item/Tipo	Preço de Custo Médio (Fornecedor)	Preço de Venda Sugerido (PVS)	Markup (Aprox.)	Margem Bruta (%)
Brinquedo Interativo	Bolas maciças, Cordas de algodão	R\$10,00	R\$19,00	1.9	47%
Brinquedo de Borracha/Vinil	Modelos atrativos e resistentes	R\$15,00	R\$28,00	1.87	46%
Laços e Gravatas	Unidade (Venda por Impulso/Kit)	R\$3,00	R\$6,00	2	50%
Bandanas Temáticas	Unidade (Venda após o Banho)	R\$5,00	R\$10,00	2	50%
Tigela de Plástico/Aço Inox	Comedouro/Bebedouro (Pequeno)	R\$15,00	R\$29,00	1.93	48%
Tigela de Plástico/Aço Inox	Comedouro/Bebedouro (Médio/Grande)	R\$20,00	R\$38,00	1.9	47%
Coleira (Tecido Simples)	Pequeno/Médio Porte	R\$12,00	R\$23,00	1.92	48%

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

Através dos dados apresentados acima, foi estipulado uma meta de venda mensal de R\$32.000,00, e para que isso aconteça foi realizado um exemplo fictício de prestação de serviço e vendas realizadas. Essa demonstração está apresentada no quadro abaixo

Quadro 10 – Exemplo fictício de vendas e serviços prestados

Serviço	Volume de Serviços Mensal (Estimado)	Preço Médio Ponderado (R\$)	Faturamento Projetado (R\$)
Banho & Tosa	250 serviços (média de 10 por dia)	R\$ 70,00	R\$ 17.500,00
Venda de Produtos	- (Incluso na base do Banho/Tosa)	-	R\$ 2.500,00
Hotelaria (Diárias)	100 diárias (ocupação média de 3-4 cães/dia)	R\$ 120,00	R\$ 12.000,00

Total Mensal	350 Serviços/Diárias + Vendas	-	R\$ 32.000,00
---------------------	--------------------------------------	---	----------------------

FONTE: Elaborado pelos autores (2025)

Através das informações apresentadas no quadro, se interpreta que um bom cenário para a Pet's House seria realizar em média em cada mês 350 serviços, mas isso varia de acordo com o valor do serviço prestado, mais uma média de R\$ 2.500,00 vendidos em produtos gerais.

8 CONCLUSÃO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) alcançou seu objetivo central ao demonstrar a total viabilidade e o elevado potencial de sucesso da Pet's House: hotel para cães no mercado de Matão, interior de São Paulo. A análise mercadológica confirmou a premissa fundamental do projeto: a carência de um serviço de hospedagem especializada e humanizada na cidade, em um contexto de franco crescimento do setor pet no Brasil. A Pet's House não apenas preenche essa lacuna, como se posiciona estrategicamente para ser a referência regional, oferecendo uma proposta de valor diferenciada focada em segurança, bem-estar animal 24 horas e inovação, garantindo a atração de clientes e a fidelização da marca no curto prazo. O planejamento estabeleceu uma rota clara, com a meta inicial de atingir o ponto de equilíbrio rapidamente, seguida pela ambição de expandir o portfólio de serviços e, a médio e longo prazo, replicar o modelo em cidades vizinhas. Além disso, as projeções financeiras detalhadas indicam uma sólida rentabilidade e a sustentabilidade operacional do empreendimento, com o estudo de viabilidade confirmando que a Pet's House gerará faturamento e lucro adequados para garantir o retorno do investimento em um prazo compatível com o risco do negócio. Em suma, o projeto Pet's House: hotel para cães transcende a esfera acadêmica, apresentando-se como um empreendimento pronto para a execução, com fundamento teórico, estratégico e financeiro para capitalizar sobre a crescente demanda do mercado pet e comprovar que o negócio é altamente realizável e lucrativo.

REFERÊNCIAS

ABINPET. Informações Gerais do Setor. Disponível em: <https://abinpet.org.br/informacoes-gerais-do-setor/>. 2024. Acesso em: 24 mai. 2025

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO (ABINPET); INSTITUTO PET BRASIL (IPB). Setor pet projeta crescer apenas 3,5% em 2025, com faturamento de R\$ 78 bilhões. GOV, 15 jul. 2025. Disponível em <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/camaras-setoriais-tematicas/documentos/camaras-setoriais/animais-e-estimacao/2025/43a-ro-15-07-2025/release-projecao1tri25-setor-pet.pdf>. Acesso em: 20 out. 2025

ALVES, Diogo. Convívio com animais traz benefícios a saúde física e mental do tutor. UOL, 2024. Disponível em: https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-brasil/2024/07/20/convivio-com-animais-traz-beneficios-a-saude-fisica-e-mental-do-tutor.htm?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 20 ago, 2025

BRASIL. DROGAMAX. Brasil é o terceiro maior mercado pet do mundo. G1, 12 dez. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-jose-do-rio-preto-aracatuba/especial-publicitario/drogamax/noticia/2024/12/12/brasil-e-o-terceiro-maior-mercado-pet-do-mundo.ghml>. Acesso em: 24 mai. 2025

MELO, Luiza. Brasil tem terceira maior população pet do mundo. Agência Senado. 23 dez. 2024. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2024/12/brasil-tem-terceira-maior-populacao-pet-do-mundo-veja-os-projetos-do-senado-sobre-o-assunto>. Acesso em: 17 set. 2025.

SCOTT, Cynthia D.; JAFFE, Dennis T.; TOBE, Glenn R. *Visão, valores e missão organizacional: construindo a organização do futuro*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

MEDEIROS, Débora; LARISSA, Stephanie; GOMES, Juliana. Crescimento do mercado pet e oportunidade de negócio. SEBRAE, 12 out. 2024. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/al/artigos/crescimento-do-mercado-pet-e-oportunidade-de-negocio,021731b7fe057810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 10 out. 2025.

APÊNDICE A**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS****PET'S HOUSE – HOTEL PARA CÃES****Contratante (Cliente):** _____**CPF:** _____ **Telefone:** _____**Endereço:** _____**Contratada:** PET'S HOUSE – Hotel para Cães**CNPJ:** _____**Endereço:** _____**OBJETO DO CONTRATO**

O presente contrato tem por objeto a prestação de serviços de hospedagem, recreação, banho, tosa e demais cuidados oferecidos pela PET'S HOUSE ao animal de estimação do(a) Contratante, conforme serviços selecionados e descritos na ficha de atendimento.

Animal: Nome _____ Porte: () Pequeno () Médio () Grande
Raça _____ Idade _____

OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA (PET'S HOUSE)

Prestar todos os serviços contratados com qualidade, segurança e bem-estar animal.

Fornecer supervisão contínua durante o período de permanência do animal.

Utilizar produtos higiênicos, cosméticos e equipamentos adequados e aprovados.

Informar o cliente imediatamente em caso de qualquer situação emergencial envolvendo o animal.

Garantir que o ambiente esteja limpo, seguro e adequado para a hospedagem e recreação.

OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE (CLIENTE)

Informar corretamente todas as condições de saúde, comportamento e necessidades especiais do animal.

Entregar o pet com a carteira de vacinação atualizada.

Fornecer ração própria caso deseje dieta específica.

Comunicar previamente qualquer comportamento agressivo, fobias ou restrições.

Realizar o pagamento integral conforme valores estabelecidos pela empresa.

SAÚDE E RESPONSABILIDADES

A PET'S HOUSE não se responsabiliza por doenças pré-existentes ou problemas de saúde não informados pelo cliente.

Em caso de emergência, a Contratada está autorizada a encaminhar o animal a uma clínica veterinária parceira ou disponível, sendo os custos arcados integralmente pelo Cliente. A empresa não se responsabiliza por reações alérgicas decorrentes de produtos, quando o tutor não informar alergias previamente.

COMPORTAMENTO DO ANIMAL

Animais agressivos ou com histórico de mordidas devem ser informados obrigatoriamente. Caso o comportamento coloque em risco a equipe ou outros animais, a empresa poderá interromper o serviço imediatamente.

Danos causados pelo animal às instalações ou a terceiros serão de responsabilidade do Cliente.

CANCELAMENTOS E DESISTÊNCIA

Cancelamentos devem ser informados com, no mínimo, 24 horas de antecedência. Cancelamentos em prazo inferior poderão gerar cobrança proporcional ao serviço reservado. Em caso de retirada antecipada do animal, não haverá devolução de valores já pagos.

PAGAMENTO

O pagamento deverá ser realizado antes do início da hospedagem ou imediatamente após a conclusão do serviço contratado.

Atrasos no pagamento poderão gerar encargos conforme política interna.

DIREITOS DE IMAGEM

O Cliente autoriza o uso de fotos e vídeos do pet para redes sociais e materiais promocionais da Pet's House.

() Sim, autorizo. () Não autorizo.

VIGÊNCIA

Este contrato passa a valer a partir da assinatura do Cliente e permanece vigente durante o período de prestação dos serviços.

FORO

Para dirimir quaisquer controvérsias oriundas deste contrato, as partes elegem o foro da comarca de Matão – SP.

Matão, ____/____/____.

Assinatura do Cliente: _____

Assinatura da Contratada – Pet's House: _____