

CENTRO PAULA SOUZA
Faculdade de Tecnologia de Praia Grande
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Alonso Feitosa de Oliveira
Bianca de Olivera Bichiarov
Mariana Ramos Romay
Yasmin Rezende Leite

**PLANO DE NEGÓCIOS: *INSIGHT PET CONSULTORIA & GESTÃO*
CONSULTORIA & GESTÃO**



Praia Grande – SP
DEZEMBRO/2025

ALONSO FEITOSA DE OLIVEIRA
BIANCA DE OLIVEIRA BICHIAROV
MARIANA RAMOS ROMAY
YASMIN REZENDE LEITE SOUZA

**PLANO DE NEGÓCIOS: *INSIGHT PET CONSULTORIA & GESTÃO*
CONSULTORIA & GESTÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso, com foco em negócios, apresentado à Faculdade de Tecnologia de Praia Grande, como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial.

Orientador: Professor Dr. Aguinaldo Eduardo de Souza

Praia Grande – SP
DEZEMBRO/2025

OLIVEIRA, Alonso; BICHIAROV, Bianca; ROMAY, Mariana. LEITE, Yasmin.

Plano de negócios: *Insight Pet Consultoria & Gestão I*

OLIVEIRA, Alonso; BICHIAROV, Bianca; ROMAY, Mariana. LEITE, Yasmin – Praia Grande
Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza (CEETEPS) = 2025
999f.: il.

Plano de negócios (Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial) – Centro
Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - Faculdade de Tecnologia de Praia Grande
(FATEC Praia Grande), 2024.

Orientador: Professor. Dr Aguinaldo Eduardo de Souza

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula
Souza, Faculdade de Tecnologia de Praia Grande (FATEC PG).

ALONSO FEITOSA DE OLIVEIRA
BIANCA DE OLIVEIRA BICHIAROV
MARIANA RAMOS ROMAY
YASMIN REZENDE LEITE SOUZA

**PLANO DE NEGÓCIOS: *INSIGHT PET CONSULTORIA & GESTÃO*
CONSULTORIA & GESTÃO**

Trabalho de Conclusão de curso, com foco em negócios, apresentado à Faculdade de Tecnologia de Praia Grande, como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial.

Praia Grande, _____ de _____ de .

Banca Avaliadora

Orientador: Professor Dr. Aguinaldo Eduardo de Souza

FATEC de Praia Grande

Presidente

Professor Título e nome completo

FATEC de Praia Grande

Professor Título e nome completo

FATEC de Praia Grande

Dedicamos este trabalho primeiramente a Deus, por nos conceder força e coragem para superar os desafios. Aos professores, pelo apoio, paciência e orientações valiosas. E à nossa família, pelo amor, incentivo e compreensão que tornaram possível a realização deste projeto.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradecemos a Deus, por nos conceder força, sabedoria e coragem para enfrentar cada desafio ao longo desta jornada acadêmica. Sua presença foi essencial em todos os momentos, oferecendo inspiração, proteção e equilíbrio para que pudéssemos chegar até aqui.

Aos professores, nosso sincero reconhecimento e gratidão pelo conhecimento compartilhado, pelas orientações precisas e pelo incentivo constante. Cada ensinamento recebido foi fundamental para a construção deste trabalho, especialmente ao nosso orientador, Profº Dr. Aguinaldo Eduardo de Souza, cuja dedicação, paciência e comprometimento foram decisivos para o desenvolvimento e conclusão deste projeto. Sua orientação nos guiou, esclareceu dúvidas e estimulou nosso crescimento acadêmico e pessoal.

Agradecemos também aos nossos colegas e membros do grupo, cujo empenho, comprometimento e colaboração fizeram toda a diferença durante esta jornada. Cada contribuição, cada esforço compartilhado e cada momento de trabalho em equipe foram essenciais para a realização deste TCC. A experiência de aprender e superar desafios juntos fortaleceu nossos laços e tornou o processo ainda mais significativo.

Às nossas famílias, dedicamos nosso mais profundo agradecimento pelo apoio incondicional, incentivo constante e compreensão frente às dificuldades. Vocês foram nosso alicerce, oferecendo amor, paciência e motivação para seguir adiante, mesmo nos momentos de maior dificuldade. Sem o suporte de deles, esta conquista não seria possível.

Por fim, esperamos que este trabalho represente não apenas a finalização de uma etapa acadêmica, mas também o início de novas conquistas, aprendizados e oportunidades. Que possamos levar conosco as experiências adquiridas, continuar contando com o apoio de nossos professores, colegas e familiares, e permanecer guiados pela fé e determinação que nos trouxeram até aqui.

A todos que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste TCC, expressamos nossa mais sincera gratidão. Que este trabalho seja uma pequena demonstração de reconhecimento pelo apoio, incentivo e inspiração recebidos ao longo desta trajetória.

*"O conhecimento se constrói passo a passo, com
dedicação e persistência."*

Albert Einstein

RESUMO

Este trabalho acadêmico tem como objetivo apresentar o Plano de Negócios da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria*, destacando a problemática atual do setor pet, sua relevância e, principalmente, seu diferencial competitivo no mercado por meio de estratégias inovadoras. A proposta desta consultoria é oferecer soluções completas para micro e pequenas empresas do segmento pet, promovendo gestão eficiente, incremento de vendas e melhoria na experiência dos clientes finais.

O Plano de Negócios aborda as estratégias de marketing utilizadas para divulgar os serviços e alcançar o público-alvo, além de destacar a importância da capacitação, inovação tecnológica e atendimento personalizado. Ressalta-se o compromisso com a excelência na gestão de pet shops e clínicas veterinárias, proporcionando resultados mensuráveis e sustentáveis para os empreendedores do setor. O objetivo principal é apoiar os gestores na otimização de processos, garantindo crescimento estratégico, fidelização de clientes e fortalecimento da marca no mercado.

Palavras-chave: Consultoria pet; plano de negócios; gestão empresarial.

ABSTRACT

This academic work aims to present the Business Plan of Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria, highlighting the current challenges in the pet sector, its relevance, and, above all, its competitive differential in the market through innovative strategies. The proposal of this consultancy is to offer comprehensive solutions for micro and small businesses in the pet segment, promoting efficient management, increased sales, and improved customer experience.

The Business Plan addresses the marketing strategies used to promote the services and reach the target audience, as well as emphasizing the importance of training, technological innovation, and personalized service. It highlights the commitment to excellence in the management of pet shops and veterinary clinics, providing measurable and sustainable results for entrepreneurs in the sector. The main objective is to support managers in process optimization, ensuring strategic growth, customer loyalty, and brand strengthening in the market.

Keywords: *Pet consultancy, business plan, business management.*

RESUMEN

Este trabajo académico tiene como objetivo presentar el Plan de Negocios de Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria, destacando la problemática actual del sector pet, su relevancia y, sobre todo, su diferencial competitivo en el mercado a través de estrategias innovadoras. La propuesta de esta consultoría es ofrecer soluciones integrales para micro y pequeñas empresas del segmento pet, promoviendo una gestión eficiente, el aumento de las ventas y la mejora de la experiencia del cliente.

El Plan de Negocios aborda las estrategias de marketing utilizadas para divulgar los servicios y alcanzar al público objetivo, además de resaltar la importancia de la capacitación, la innovación tecnológica y la atención personalizada. Se destaca el compromiso con la excelencia en la gestión de tiendas de mascotas y clínicas veterinarias, proporcionando resultados medibles y sostenibles para los emprendedores del sector. El objetivo principal es apoyar a los gestores en la optimización de procesos, garantizando el crecimiento estratégico, la fidelización de clientes y el fortalecimiento de la marca en el mercado.

Palabras clave: Consultoría pet, plan de negocios, gestión empresarial.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Panorama do Setor Pet no Brasil	26
Figura 2 – Business Model Canvas da <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i>	32
Figura 3 – Organograma da Empresa <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i>	41
Figura 4 – Fluxograma da <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i>	44
Figura 5 – Estrutura Organizacional da Empresa	63
Figura 6 – Processo de Atendimento ao Cliente	70
Figura 7 – Análise SWOT da Empresa <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i>	74
Figura 8 – Localização da Empresa <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i>	83
Figura 9 – Layout Físico do Coworking Utilizado pela <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i>	84

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Capital Social da Empresa	58
Tabela 2 – Investimento Fixo	90
Tabela 3 – Capital de Giro	91
Tabela 4 – Capital de Giro Anual	91
Tabela 5 – Investimento Pré-operacional	92
Tabela 6 – Investimento Total	93
Tabela 7 – Total dos Investimentos	93
Tabela 8 – Receita	95
Tabela 9 – Projeção da Receita	96
Tabela 10 – Custos dos Produtos e Serviços	98
Tabela 11 – Custos Variáveis	101
Tabela 12 – Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos	102
Tabela 13 – Custos Fixos	103
Tabela 14 – Demonstrativo de Resultados (DRE)	106
Tabela 15 – Indicadores Financeiros	108
Tabela 16 – Pontos de Equilíbrio	108
Tabela 17 – Outros Indicadores	110

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados dos Sócios	39
Quadro 2 – Dados dos Empreendedores	40
Quadro 3 – Dimensões do Radar de inovação	47
Quadro 4 – Dimensões da Análise VRIO.....	53
Quadro 5 – Tabela de preços por área	78
Quadro 6- Tabela Planos Completos.....	81
Quadro 7- Síntese Operacional.....	85
Quadro 8- Necessidades de Pessoal – <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i>	89

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Aplicação de Recursos	52
Gráfico 2 – Fonte de Recursos	94
Gráfico 3 – Evolução da Receita	94
Gráfico 4 – Receita de Acordo com Parcelamento	94
Gráfico 5 – Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos.	97
Gráfico 6 – Evolução dos Custos Fixos	103
Gráfico 7 – Indicador de Lucratividade	105
Gráfico 8 – Evolução dos custos dos produtos, mercadorias e serviços vendidos.	107
Gráfico 9- Indicador de Lucratividade.....	109

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
BMC	Business Model Canvas
BRASIL	Classificação Brasileira de Ocupações
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
CSLL	Contribuição Social sobre o Lucro Líquido
DAS	Documento de Arrecadação do Simples Nacional
EPP	Empresa de Pequeno Porte
ERP	Enterprise Resource Planning
FATEC	Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
INSS	Instituto Nacional do Seguro Social
IPi	Imposto sobre Produtos Industrializados
IRPJ	Imposto de Renda Pessoa Jurídica
ISS	Imposto sobre Serviços
LTDA	Limitada
MPEs	Micro e Pequenas Empresas
ONU	Organização das Nações Unidas
PIS/PASEP	Programa de Integração Social / Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público
RFID	Radio-Frequency Identification
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
VRIO	Valor, Raridade, Imitabilidade e Organização

SUMÁRIO EXECUTIVO.....	19
1 INTRODUÇÃO.....	20
1.1 JUSTIFICATIVA	21
1.2 ESTRUTURA DO TRABALHO	23
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	23
2.1 CONSULTORIA DE GESTÃO	23
2.2 CONSULTORIA E A MELHORIA NA GESTÃO.....	26
3 MODELO DE NEGÓCIO	26
3.1 PROPOSTA DE NEGÓCIO E SUA VIABILIDADE	27
3.2 BUSINESS MODEL CANVAS	28
3.2.1 SEGMENTO DE CLIENTES	30
3.2.2 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	30
3.2.3 RELACIONAMENTO COM CLIENTES.....	32
3.2.4 FLUXO DE RECEITAS	32
3.2.5 RECURSOS CHAVE.....	33
3.2.6 ATIVIDADES CHAVE.....	33
3.2.7 PARCERIAS CHAVE	34
3.2.8 ESTRUTURA DE CUSTOS	34

4	PLANO DE NEGÓCIOS	35
4.1	DADOS DO EMPREENDIMENTO	35
4.1.1	DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES	36
4.1.2	ORGANOGRAMA DA EMPRESA	37
4.1.3	DESCRIÇÃO DAS FUNÇÕES EXERCIDAS PELOS SÓCIOS	38
4.1.4	FLUXOGRAMA DAS PRINCIPAIS ATIVIDADES DO NEGÓCIO	40
4.2	INOVAÇÃO.....	42
4.2.1	RADAR DE INOVAÇÃO.....	42
4.2.2	ANÁLISE VRIO.....	49
4.3	ESTRUTURA DO NEGÓCIO	50
4.3.1	MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA	50
4.3.2	SETORES DE ATIVIDADES	52
4.3.3	FORMA JURÍDICA.....	52
4.3.4	ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	52
4.3.5	CAPITAL SOCIAL	53
4.3.6	FONTES DE RECURSOS	54
4.3.6.1	RECURSOS PRÓPRIOS (CAPITAL PRÓPRIO)	54
4.3.6.2	EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS BANCÁRIOS.....	54

4.4	ANÁLISE DE MERCADO	55
4.4.1	PESQUISA DE MERCADO	56
4.4.2	ESTUDO DOS CLIENTES.....	59
4.4.2.1	MAPA DE EMPATIA.....	59
4.4.3	ESTUDO DOS CONCORRENTES	61
4.4.4	AS 5 FORÇAS DE PORTER	64
4.4.5	ANÁLISE PESTEL	66
4.4.5.1	FATORES POLÍTICOS	66
4.4.5.2	2 FATORES ECONÔMICOS	67
4.4.5.3	FATORES SOCIAIS	67
4.4.5.4	FATORES TECNOLÓGICOS	68
4.4.5.5	FATORES AMBIENTAIS.....	68
4.4.5.6	FATORES LEGAIS.....	69
4.4.6	ANÁLISE SWOT.....	69
4.5	PLANO DE MARKETING	71
4.5.1	DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS	73
4.5.2	PREÇO E PRECIFICAÇÃO	74
4.5.3	ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS	76

4.5.4	ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO E LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO	77
4.6	PLANO OPERACIONAL	78
4.6.1	LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	78
4.6.2	LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO	79
4.6.3	CAPACIDADE PRODUTIVA, COMERCIAL E DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	80
4.6.4	PROCESSOS OPERACIONAIS	82
4.6.5	DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL	82
4.6.6	IMPLEMENTAÇÃO DAS AÇÕES	83
4.6.7	NECESSIDADES DE PESSOAL	84
4.7	PLANO FINANCEIRO	86
4.7.1	– ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS	86
4.7.2	– CAPITAL DE GIRO	87
4.7.3	– INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	88
4.7.4	– INVESTIMENTO TOTAL	89
4.7.5	– ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL	91
4.7.6	– ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO DE MATÉRIA-PRIMA, MATERIAIS DIRETOS E TERCEIRIZAÇÕES	95
4.7.7	– ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO	97

4.7.8 – APURAÇÃO DO CUSTO DOS MATERIAIS DIRETOS E/OU MERCADORIAS VENDIDAS (CSV)	98
4.7.9 – ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA	100
4.7.10 – ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO	100
4.7.11 – ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAS	100
4.7.12 – DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE)	102
4.7.13 – INDICADORES DE VIABILIDADE	105
4.7.14 – PONTO DE EQUILÍBRIO	105
4.7.15 – LUCRATIVIDADE	106
4.7.16 – RENTABILIDADE	107
4.7.17 – PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO	107
5 SUBPROJETO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E/OU SUSTENTABILIDADE 108	
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	109
7 REFERÊNCIAS	111

SUMÁRIO EXECUTIVO

A seguir é apresentado o detalhamento do plano de negócios da empresa *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, descrevendo seus empreendedores, suas atividades e o propósito de atuação no mercado pet.

A *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, é uma empresa especializada em oferecer soluções estratégicas e personalizadas para pet shops. Seu principal objetivo é auxiliar gestores do setor pet na melhoria da administração, aumento da rentabilidade e fortalecimento do relacionamento com o cliente final. A consultoria atua com foco em gestão empresarial, marketing, controle financeiro e treinamento de equipes, buscando desenvolver negócios mais estruturados e competitivos.

O diferencial da *Insight Pet Consultoria & Gestão* está na combinação entre conhecimento técnico, inovação e atendimento personalizado, garantindo resultados eficazes e sustentáveis. A empresa se propõe a ser parceira dos empreendedores pet, oferecendo análises detalhadas, planos de ação e acompanhamento contínuo para a implementação de melhorias reais dentro das empresas atendidas.

Para divulgar seus serviços e alcançar o público-alvo, serão utilizadas estratégias de marketing digital, presença em redes sociais e parcerias com instituições do setor. Além disso, a equipe será constantemente capacitada para oferecer um atendimento de excelência, fundamentado em ética, empatia e resultados mensuráveis.

A *Insight Pet Consultoria & Gestão* é uma microempresa optante pelo Simples Nacional, que inicia suas atividades com capital próprio, sem recorrer a recursos de terceiros. O investimento inicial é destinado à estruturação da marca, aquisição de ferramentas de gestão e ações de marketing voltadas para a expansão regional.

O objetivo final é consolidar a *Insight Pet Consultoria & Gestão* como referência regional em soluções de gestão e estratégia para o setor pet, promovendo o desenvolvimento de empresas mais fortes, organizadas e preparadas para os desafios do mercado.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, o empreendedorismo é de vital importância para a economia nacional. Segundo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae (2025), 97% (21,7 milhões) dos negócios existentes no Brasil são geridos por pequenos empreendedores, contribuindo com 26,5% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. Entretanto, a taxa de mortalidade dessas empresas também é alta. No entanto, segundo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2022), 60% das empresas constituídas sobrevivem no máximo até 5 anos.

Estudos realizados pelo SEBRAE (2023) indicam os principais fatores que influenciaram diretamente o fechamento das empresas, 50% dos empreendedores não tinham capacitação, 17% não fizeram planejamento e 59% fizeram um planejamento apenas para 6 meses.

Neste sentido, plano de negócio é uma importante ferramenta de mitigação de riscos. O plano de negócio tem como objetivo avaliar de maneira estruturada, todas as questões pertinentes ao modelo de negócio (Costa, 2022). Permite apontar quais e como os recursos deverão ser alocados, de acordo com os objetivos propostos no planejamento estratégico (Teixeira e Junior, 2019; Costa, 2022).

A elaboração de um plano de negócios detalhado, é uma estratégia essencial para a sobrevivência das empresas. Permite gerenciar riscos do negócio, identificar oportunidades e estruturar ações que garantam a sustentabilidade da empresa a médio e longo prazo. Além disso, o planejamento estratégico serve como um guia para a tomada de decisões, pois avalia pontos fracos e pontos fortes alinhados aos objetivos da empresa em relação ao mercado e suas oportunidades e ameaças (Teixeira e Junior, 2019; Silva *et al.* 2024).

Para Greggio, Jaronski (2020), o plano de negócio surge como uma ferramenta para orientar a identificação de oportunidades, análise de riscos e definição de estratégias, que alinhem os objetivos da empresa com as demandas do mercado, bem como a análise da concorrência e do público-alvo. Além disso, é um estudo de viabilidade econômica e financeira, fornecendo subsídios para decisões assertivas, minimizando incertezas e aumentando as chances de sucesso do negócio (Costa, 2022).

Considerando que o mercado de pet shop no Brasil movimentou R\$ 75,4 bilhões em 2024, conforme dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos

para Animais de Estimação - ABINPET (2024), o objetivo deste trabalho é desenvolver um plano de negócio para uma empresa de consultoria de gestão, voltada para o segmento de pet shop, aqui denominada *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*. Para tal, optou-se por uma metodologia descritiva de caráter exploratório.

1.1 JUSTIFICATIVA

O mercado global de serviços de consultoria está em plena expansão com previsão de atingir US\$ 469 bilhões até 2029, crescendo a uma taxa anual de 4,96% (Mordor intelligence, 2024). Segundo o Relatório Anual 2024-2025 do Fórum Econômico Mundial, estima-se que o mercado de consultoria no Brasil tenha um crescimento de 50% até 2025, refletindo a demanda por estratégias especializadas em um mercado cada vez mais competitivo (WEF, 2025).

Em relação ao segmento pet no Brasil, se destaca como um dos setores mais dinâmicos e resilientes da economia, de acordo com as projeções da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação - ABINPET (2024), o setor pet deverá atingir um faturamento de aproximadamente R\$ 77,2 bilhões em 2025. Esse valor considera os números levantados até o final do primeiro semestre de 2024 e representa um crescimento de 2,42% em relação ao ano anterior, ainda que abaixo da previsão inicial de 3,5%. O segmento de pet food é o mais representativo, correspondendo a 52,9% do total, com R\$ 40,8 bilhões. Em seguida destacam-se as vendas de animais de estimação, com 11% (R\$ 8,5 bilhões), os serviços veterinários com 10,6% (R\$ 8,1 bilhões), e o pet care, que inclui higiene e estética animal, com R\$ 4,6 bilhões (ABINPET, 2025).

Quanto aos canais de acesso, os pet shops de pequeno e médio porte permanecem como a principal via de consumo, movimentando R\$ 37,1 bilhões, o que equivale a 48,1% do faturamento total do setor. Na sequência, as clínicas e hospitais veterinários respondem por 17,5% do mercado (R\$ 13,5 bilhões), enquanto as mega stores pet registram R\$ 7,4 bilhões, ou seja, 9,6% do total. O comércio eletrônico também se destaca, representando R\$ 6,1 bilhões (8%), com liderança dos pet shops virtuais especializados (ABINPET, 2024).

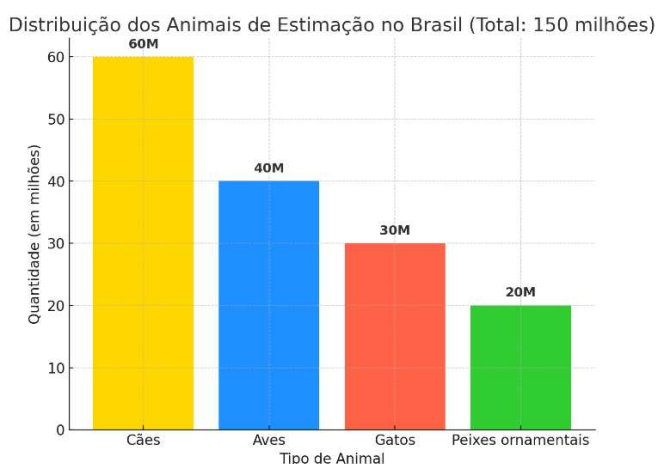
Na Baixada Santista, esse setor tem demonstrado um aumento no número de pet shops e serviços especializados, evidenciando um cenário promissor para novos negócios e inovação (CRUZ *et al.*, 2022, p. 5).

A região possui um grande potencial para atender demandas específicas devido à sua alta densidade populacional e perfil econômico diversificado, além do fato que a Baixada Santista não possui nenhuma consultoria especializada no mercado de PET SHOP. Além disso, há uma crescente necessidade de especialização, uma vez que micro e pequenas empresas enfrentam desafios relacionados à gestão (SEBRAE, 2023).

Nesse contexto, uma consultoria especializada, pode oferecer soluções personalizadas para fortalecer esses negócios e garantir sua sustentabilidade. O impacto socioeconômico também é relevante, considerando que o setor pet gerou aproximadamente 3,4 milhões de empregos em 2024 e tem potencial para continuar expandindo (Petbr, 2024).

Segundo a Agência do Senado (2024), eestima-se que o Brasil possua a terceira maior população "pet" do mundo, com aproximadamente 150 milhões de animais de estimação, cerca de 1,6 animal por residência conforme a Figura 01.

Figura 01- Panorama de Pet no Brasil



Fonte: Agência do Senado (2025)

Como pode ser observado na Figura 1, os cães são a maioria dos pets no país (40%), seguido pelas aves (26,7%), gatos (20%) e peixes ornamentais (13,3%) (Agência Senado, 2024).

1.2 ESTRUTURA DO TRABALHO

A estrutura do presente trabalho está organizada em capítulos que buscam atender aos objetivos propostos e desenvolver o Plano de Negócios da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*.

O Capítulo 1 descreve a introdução, abordando aspectos importantes que definem o problema de pesquisa. Além disso, apresenta as motivações e a relevância, bem como o objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa.

O Capítulo 2 apresenta a fundamentação teórica do Planejamento Estratégico e Plano de Negócio. A pesquisa deste capítulo utiliza como fonte as principais bases de trabalhos científicos, como Scielo, Google Acadêmico, Portal de Periódicos da CAPES, além de dados governamentais e bibliografias.

O Capítulo 3 descreve os métodos utilizados na elaboração desta pesquisa.

O Capítulo 4 apresenta o Plano de Negócio e discute os principais resultados da pesquisa, visando responder aos objetivos específicos do estudo.

O Capítulo 5 apresenta a análise e interpretação dos resultados encontrados.

O Capítulo 6 apresenta as considerações finais do trabalho. Por fim, constam as referências citadas que embasaram o presente estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONSULTORIA DE GESTÃO

A consultoria está presente na história desde a antiguidade, com registros históricos de Gregos e Hebreus realizando tais serviços. Na Grécia Antiga, aqueles que detinham maior conhecimento — especialmente os sacerdotes — exerciam a função de aconselhar as pessoas menos favorecidas, alegando ter sido escolhidos pelos deuses para tal propósito. Registros históricos e narrativas religiosas também apontam exemplos de práticas consultivas em períodos anteriores. Pode-se considerar como o primeiro consultor mencionado em textos bíblicos é Arão, irmão de Moisés, que o auxiliava em suas decisões e lideranças (Quintela, 1996).

A consultoria como conhecemos surgiu na Revolução Industrial, aumentando a necessidade do mercado por profissionais qualificados e, ocasionalmente, fazendo surgir a primeira empresa de consultoria, fundada pelo engenheiro químico Arthur D. Little em 1886, na cidade de Boston, Massachusetts (EUA) (Brambilla e Ferreira, 2024).

A consultoria empresarial atua como instrumento vital no âmbito da gestão estratégica organizacional, ao disponibilizar conhecimento especializado, orientação estruturada e apoio externo qualificado que facilita o alcance de metas, a melhoria de processos e a promoção de desempenho sustentado. Conforme apontado por Aragão et al.: “a consultoria empresarial é uma ferramenta fundamental na gestão estratégica de uma organização” (Aragão et al., 2023, p. 114).

Para Parreira, (1997) *apud* (AEDB), a consultoria pode ser compreendida como um processo em que o cliente fornece informações sobre sua empresa e solicita pareceres, estudos e orientações de um especialista. Nesse contexto, o consultor analisa os dados recebidos, diagnostica problemas e propõe soluções para apoiar e melhorar o trabalho administrativo, configurando-se como uma troca de informações e conhecimentos entre cliente e profissional. A consultoria não depende exclusivamente do consultor, pois se trata de um processo que exige uma interação mútua e harmoniosa entre ambas as partes. O cliente fornece as informações necessárias, enquanto o consultor as analisa e orienta da melhor maneira possível. Para que os resultados sejam positivos, é fundamental que haja confiança e colaboração entre consultor e cliente (Aragão et al., 2023).

De acordo com Weinberg (1990), consultoria é a habilidade de influenciar as pessoas que nos solicitam para fazê-lo. Assim, consultor deve possuir um alto poder de persuasão para garantir que o cliente siga corretamente suas recomendações. Na consultoria, as pessoas são naturalmente impactadas, pois o profissional precisa demonstrar ao cliente que sua proposta é a mais adequada para a empresa. Dessa forma, é essencial que todos os envolvidos no processo interajam de maneira eficiente para evitar conflitos.

O trabalho da consultoria começa quando o cliente percebe insatisfação em sua organização e se encerra quando as soluções propostas começam a ser implementadas. Para alcançar um resultado positivo, não basta apenas o conhecimento e as habilidades do consultor; é essencial que o cliente tenha confiança e esteja disposto a aceitar mudanças em sua empresa. A consultoria empresarial é um serviço no qual o consultor oferece suporte ao cliente, identificando e corrigindo falhas com base em sua experiência. No entanto, ele não tem controle direto sobre as ações da empresa, tornando fundamental a participação ativa de ambas as partes no processo (AEDB, 2015).

No cenário atual, onde as mudanças acontecem de forma acelerada, é crucial que as empresas se mantenham atualizadas e abertas à inovação, evitando que seus produtos ou serviços fiquem obsoletos. O principal objetivo da consultoria é auxiliar os gestores na tomada de decisões estratégicas, contribuindo para o sucesso e sustentabilidade do negócio (Aragão et al., 2023).

Existem diferentes tipos de consultoria que atendem às necessidades específicas das empresas, proporcionando soluções estratégicas, financeiras, de marketing, recursos humanos e processos operacionais. Cada tipo de consultoria visa otimizar os resultados e garantir que as empresas se adaptem de forma eficiente às mudanças do mercado, buscando sempre a melhoria contínua e o aumento da competitividade. Setting (2018) destaca cinco principais tipos de consultoria empresarial e suas contribuições para a gestão dos negócios:

1. Consultoria Financeira: Melhora a gestão financeira, otimizando fluxo de caixa, controlando receitas e despesas, e buscando fontes para aumentar a lucratividade.
2. Consultoria de Marketing: Melhora a comunicação da empresa com o público-alvo, desenvolvendo estratégias de posicionamento, mix de marketing, plano de mídia e fidelização de clientes.
3. Consultoria de Pessoas: Foca na gestão de recursos humanos, aprimorando o clima organizacional, motivação e produtividade dos colaboradores por meio de planos de cargos, treinamento e avaliação de desempenho.
4. Consultoria de Processos: Visa otimizar os processos operacionais da empresa, mapeando falhas e implementando melhorias para aumentar a eficiência.
5. Consultoria administrativa: Focada na melhoria da gestão e estrutura organizacional de uma empresa. Otimizando os processos administrativos, tornando-os mais eficientes e eficazes. Envolve a análise das práticas de gestão, definição de processos, reorganização de fluxos de trabalho e a implementação de soluções para melhorar a produtividade e reduzir custos operacionais.

2.2 CONSULTORIA E A MELHORIA NA GESTÃO

A consultoria empresarial desempenha um papel crucial na melhoria da gestão de negócios, proporcionando uma abordagem especializada e objetiva para resolver problemas e otimizar processos. A consultoria empresarial assume o papel de orientar formalmente o cliente, promovendo uma análise aprofundada de sua realidade organizacional para identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. A partir desse diagnóstico, o consultor propõe mudanças estratégicas e auxilia o processo decisório, bem como eventuais investimentos, alinhando-se às melhores práticas de mercado (Oliveira, 1999). Esse serviço também contribui para a otimização dos processos internos, identificando gargalos e promovendo a eficiência operacional, o que resulta na redução de custos e aumento da produtividade.

Outro ponto importante, segundo os autores, é que a consultoria promove a inovação ao introduzir novas tecnologias e acompanhar tendências de mercado, garantindo que a empresa se mantenha competitiva. Por fim, a consultoria oferece suporte na tomada de decisões estratégicas, fornecendo uma visão externa e imparcial que ajuda os gestores a tomar decisões mais informadas e assertivas. A consultoria auxilia na administração de empresas, propondo mudanças que orientam o cliente na tomada de decisões e em novos investimentos (Aragão et al., 2023).

3 MODELO DE NEGÓCIO

O plano de negócios é um documento fundamental que tem o objetivo de descrever por escrito os propósitos de uma empresa, seja ela um novo empreendimento ou uma já existente, e detalhar os passos necessários para que esses objetivos sejam atingidos (Baa, 2022). Essa ferramenta estratégica, ao organizar informações sobre riscos, mercado, concorrentes, clientes e finanças, permite ao empreendedor analisar a viabilidade do negócio no papel, identificando e mitigando erros antes que sejam cometidos no mercado real (Sebrae, 2022).

O Plano de negócios funciona como um mapa detalhado que guia o empreendedor na tomada de decisões e na captação de recursos, comunicando a visão estratégica da empresa a todos os *stakeholders* (Sebrae, 2025). Sua aplicabilidade é ampla, sendo crucial tanto na criação de novos empreendimentos quanto na expansão de negócios já em atividade, ajudando a posicionar corretamente a empresa no mercado (Sebrae, 2019). Dentre as vantagens de sua elaboração,

destacam-se a capacidade de minimizar riscos e incertezas, apoiar a administração do negócio, facilitar a comunicação entre sócios, funcionários e parceiros, e apoiar a captação de recursos financeiros ou parcerias (Sebrae, 2022).

Neste capítulo será apresentado o modelo de negócio desenvolvido pela empresa *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*.

3.1 PROPOSTA DE NEGÓCIO E SUA VIABILIDADE

A gestão de pet shops enfrenta diversos desafios que podem impactar diretamente a eficiência operacional e a rentabilidade do negócio. Um dos problemas mais recorrentes é a gestão financeira inadequada que demanda atenção especial para o controle rigoroso de receitas, despesas, fluxo de caixa e estoques, de modo a garantir a sustentabilidade do negócio. Segundo o guia “Gestão financeira de pet shop: importância, ferramentas e dicas”, uma boa gestão financeira do PETSHOP envolve análise criteriosa de custos, projeção de fluxo de caixa, controle de estoque, definição de preços adequados (Simplesvet, 2025).

Desta forma, a falta de separação entre finanças pessoais e empresariais, bem como a ausência de indicadores claros, pode comprometer as decisões estratégicas, reduzir a margem de lucro e gerar vulnerabilidades contábeis e fiscais.

Outro desafio significativo é a gestão de estoque ineficiente. A falta de planejamento adequado pode resultar em rupturas de estoque, quando não há produtos suficientes para atender à demanda dos clientes, ou em excesso de mercadorias paradas, o que compromete o capital de giro. A ausência de um sistema de gestão eficaz agrava esse problema, dificultando o acompanhamento preciso das entradas e saídas de produtos (Simplesvet, 2023).

Além disso, além disso, o investimento em pessoas ainda é insuficiente, especialmente em profissionais especializados que podem impulsionar essa evolução. No Brasil, a dificuldade das empresas em encontrar profissionais com as competências adequadas, conhecida como escassez de talentos, continua elevada, mantendo-se em cerca de 80% (81% em 2025), valor superior à média global de 74%, conforme aponta relatório do *ManpowerGroup*, líder mundial em soluções de força de trabalho (Diário do Comércio, 2025).

A proposta da *Insight Pet Consultoria & Gestão* surgiu a partir dos desafios de micro e médios empreendedores do setor pet, que enfrentavam dificuldades para

organizar sua gestão, atrair clientes e garantir a rentabilidade dos seus negócios. Essa conclusão foi obtida a partir da pesquisa realizada com os proprietários de pet shops, na qual foi possível identificar a ausência de práticas de gestão estruturadas e a carência de suporte especializado voltado para o segmento. Diante desses resultados, tornou-se evidente a necessidade de uma consultoria que oferecesse orientação estratégica personalizada, capaz de otimizar processos, fortalecer a competitividade e impulsionar o desenvolvimento sustentável dessas empresas.

Com isso em mente, nasce a *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, com o objetivo de oferecer uma consultoria prática, acessível e especializada para pet shops e clínicas veterinárias. Nossa missão é contribuir para uma gestão mais eficiente por meio de soluções personalizadas em gestão e marketing, promovendo um modelo de negócio mais eficiente, competitivo e alinhado às tendências do mercado pet.

3.2 BUSINESS MODEL CANVAS

O *Business Model Canvas* (BMC), uma ferramenta estratégica de gestão que permite visualizar, desenvolver e inovar modelos de negócio de forma simples e estruturada. Ele foi criado por Alexander Osterwalder e utilizado por empreendedores, startups e empresas consolidadas para mapear os principais elementos do negócio em um único quadro visual. (Sebrae, 2021).

Figura 2 - BMC da Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão.

BUSINESS MODEL CANVAS

PARCERIAS CHAVES	ATIVIDADES-CHAVE	PROPOSTA DE VALOR	RELACIONAMENTO COM CLIENTE	SEGMENTOS DE CLIENTE
1. Equipe de Contadores 2. Espaços de Coworking ou Centros de Empreendedorismo Local	1. Prestação de Consultorias e Mentoria 2. Criação de Materiais e Métodos 3. Captação e Relacionamento com Clientes 4. Monitoramento de Resultados	1. Diferenciação de mercado 2. Planos adaptáveis 3. Sustentabilidade e Responsabilidade Social	1. Acompanhamento Personalizado 2. Suporte Contínuo 3. Educação e Conteúdo 4. Fidelização e Comunidade	1. Pequenos Empreendimentos 2. Médios Empreendimentos 3. Futuros empreendedores
	RECURSOS PRINCIPAIS		CANAIS	
	1. Conhecimento e Metodologia 2. Materiais e Ferramentas 3. Presença Digital e Autoridade 4. Modelo de Atendimento		1. Mídias Sociais 2. Site 3. Feiras e eventos 4. Imprensa	
ESTRUTURA DE CUSTO		FONTES DE RECEITAS		
1. Custos com Equipe, Colaboradores Externos e Capacitação Profissional 2. Despesas com Marketing, Divulgação e Eventos Presenciais 3. Despesas Administrativas e Obrigações Legais		1. Modelo de Assinatura 2. Modelo de Consultoria por Pacote Fechado 3. Modelo de Mentoria		

Fonte – Business Model Canvas adaptado de Osterwalder e Pigneur (2010).

Conforme a Figura 02, a proposta de valor no Business Model Canvas mostra o que torna um produto ou serviço importante para os clientes e como ele resolve problemas ou atende necessidades. Antes de começar o negócio, a empresa precisa ver se sua proposta tem aceitação no mercado, ou seja, se haverá clientes interessados em comprar ou usar o que ela oferece (Infomoney, 2025).

A proposta de valor da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, é baseada em 3 pilares principais, sendo eles:

- Diferenciação de mercado:** Sendo a única consultoria especializada para pet shops na Baixada Santista, entendemos os desafios da região e oferecemos soluções personalizadas para aumentar a lucratividade e aprimorar a gestão empresarial.
- Planos adaptáveis para diferentes portes de empresa:** Consultoria sob medida para micro e médias empresas do setor pet. Cada pet shop tem suas particularidades. Nossos planos são personalizados para atender os dois segmentos oferecendo soluções práticas e fortalecer a presença no mercado.

- iii. **Sustentabilidade e responsabilidade social:** Integrar práticas sustentáveis no mercado, auxiliando desde a escolha de produtos ecológicos e biodegradáveis, até a realização de ações voltadas para o bem-estar animal e social. Isso não só atrai um público consciente, como também fortalece a reputação da marca.

3.2.1 Segmento de clientes

O Segmento de clientes dentro do *Business Model Canvas* define os diferentes grupos de pessoas ou organizações que a empresa busca alcançar e atender (Sebrae, 2021)

A *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, tem como público-alvo três perfis principais: Os pequenos, médios empreendimentos no setor de pet shop, que buscam expandir ou aprimorar suas operações no mercado pet e futuros empreendedores interessados em abrir seu próprio negócio nesse ramo.

3.2.2 Canais de distribuição

Os Canais de distribuição dentro do *Business Model Canvas*, descreve por onde a empresa se comunica e vende o seu produto ou serviços aos seus clientes. Para que o negócio consiga se comunicar efetivamente, é preciso entender que é necessário um mix de canais (Sebrae, 2021).

i. Mídias Sociais

Será utilizado mídias sociais para fortalecer a comunicação com nossos clientes e expandir nossa presença digital. Abaixo, alguns exemplos das plataformas que utilizaremos, além de outras que poderão ser exploradas ao longo da nossa estratégia:

- Instagram: Exploraremos o universo pet com um cronograma de postagens chamativas e informativas, visando engajar o público e compartilhar conteúdos de valor.
- LinkedIn: Buscaremos estabelecer uma rede de networking com empresas consolidadas, promovendo a troca de informações e o aprofundamento de dados que agregarão ainda mais conhecimento à nossa consultoria.

- Google Meu Negócio: Utilizaremos a plataforma para impulsionar a visibilidade da empresa, facilitando que sejamos encontrados tanto nas pesquisas do Google quanto no Google Maps, o que ampliará nosso alcance e facilitará a atração de novos clientes.

ii. Site

O site institucional que apresentará as seguintes informações: o que fazemos, como fazemos, a satisfação dos nossos clientes e marketing de conteúdo.

- Marketing de conteúdo: O site também contará com conteúdo relevantes, como informações gerais sobre pets, dicas de administração e dados sobre o mercado pet. A ideia é oferecer informações úteis ao público e, caso o visitante queira saber mais sobre um tema específico, direcioná-lo para uma página com nosso contato, facilitando a contratação da nossa consultoria.

iii. Feiras e eventos

A *Insight Pet Consultoria & Gestão* participará de eventos presenciais para ampliar nossa visibilidade e fortalecer nossa rede de contatos. Abaixo estão algumas das iniciativas que planejamos para promover nossa consultoria e engajar nosso público:

- Participação em Feiras: Estaremos presentes em eventos como a Feira Santo Pet, a Feira Amigos Pet Brasil e a Pet Show América, todas com parcerias com o Sebrae.
- Eventos: Realizaremos feiras de adoção em parceria com a associação de amparo aos animais, além de eventos como a Cãominhada. Em todos esses eventos e feiras, utilizaremos a colaboração da imprensa para divulgar nossos serviços, seja por meio de panfletos, palestras ou outras ações de comunicação.

iv. Imprensa (e-mail marketing)

Envio de e-mail com conteúdo de exemplo: Dados reais, oferecimento de guia exclusivo sobre algum tema, destacar nossos diferenciais, oferta relâmpago, convite para eventos, oferecer insights sobre o mercado, entre outros.

3.2.3 Relacionamento com clientes

No *Business Model Canvas*, o relacionamento com os clientes descreve as formas e meios que a empresa vai estabelecer para criar ou manter uma relação com seus clientes (Sebrae, 2021).

O relacionamento que a *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, irá estabelecer com os seus clientes será através de:

- a) Acompanhamento personalizado: A consultoria irá trabalhar com diagnósticos e ações sob medida para cada porte de empresa, junto com checklist regulares para garantir a implementação das estratégias.
- b) Suporte contínuo: Teremos canais diretos via WhatsApp e e-mail para dúvidas e suportes e disponibilidade para ajustes e novas recomendações conforme a empresa evolui.
- c) Educação e Conteúdo: Envio de materiais exclusivos como ebooks, guias e vídeos sobre gestão para pet shops e workshops online para clientes ativos, fortalecendo o aprendizado.
- d) Fidelização e comunidade: Teremos programa de acompanhamento para clientes de longo prazo, oferecendo vantagens exclusivas.

3.2.4 Fluxo de receitas

O Fluxo de Receitas representa o dinheiro que a empresa vai gerar através da venda do seu produto ou serviço, e as formas como irá reter esse valor. (Sebrae, 2021).

As nossas estratégias para gerar receitas serão através de:

- a) Modelo de assinatura: O cliente terá consultorias pontuais, oferecemos a opção de um serviço contínuo onde o nosso cliente paga uma mensalidade fixa para ter acesso a diferentes níveis de suportes.
- b) Modelo de consultoria por pacote fechado: O cliente escolhe um pacote de serviços de acordo com a sua necessidade, pagando um valor único pelo pacote e recebe a consultoria dentro de um prazo definido.
- c) Modelo de mentoria: O cliente paga uma mensalidade fixa para participar de encontros periódicos. As mentorias são online ou presenciais com temas

específicos a cada sessão. Incluindo materiais complementares, como planilhas e guias práticos.

3.2.5 Recursos Chave

Os Recursos Chave dentro do *Business Model Canvas*, descreve os recursos importantes para a empresa funcionar. Para um negócio funcionar é necessário diferentes tipos de recursos para entregar sua proposta de valor, seus canais de distribuição e manter o relacionamento com os seus clientes (Sebrae, 2021). Os recursos chave para entregar a nossa proposta de valor são:

- a) Conhecimento e metodologia: O ponto principal de uma consultoria é ter experiência e especialização em gestão para pet shops, metodologia estruturada para consultoria e capacidade de analisar dados financeiros e operacionais dos negócios.
- b) Materiais e ferramentas: Planilhas de gestão financeiras, ebooks práticos sobre gestão e marketing para pet shops.
- c) Presença digital e autoridade: Site profissional apresentando nossos serviços, redes sociais ativas e estratégia de tráfego pago.
- d) Modelo de atendimento: Consultorias individuais ou pacotes personalizados e mentorias em grupo pra escalar os atendimentos.

3.2.6 Atividades chave

O bloco de Atividades Chave dentro do *Business Model Canvas*, descreve as ações mais importantes que a empresa deve realizar para funcionar. Essas atividades podem estar ligadas a produção, prestação de serviços ou até tarefas administrativas, sendo as principais atividades que o negócio precisa realizar para viabilizar o seu cliente e sua proposta de valor (Sebrae, 2021).

- Prestação de consultorias e mentoria: Diagnóstico do negócio (finanças, atendimento, processos), desenvolvimento de estratégias personalizadas para cada cliente e acompanhamento para cada cliente.
- Criação de materiais e métodos: Desenvolvimento de planilhas, guias e checklist de gestão para pet shops, produção de conteúdo educativo, estruturação de planos e pacotes.

- Captação e relacionamento com clientes: Estratégias de marketing digital para atrair novos clientes, atendimento e suporte.
- Monitoramento de resultados: Análise do impacto da consultoria no crescimento do cliente e ajustes de cada pet shop.

3.2.7 Parcerias chave

As Parcerias Chave no *Business Model Canvas* referem-se a rede de parceiros que são os aliados na otimização e redução de risco do negócio. Qualquer tipo de tarefa ou matéria-prima fornecida por outra empresa e garante o funcionamento da empresa deve estar listada nesse bloco (Sebrae, 2021).

As parcerias-chave da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, são essenciais para a entrega de um serviço completo, estratégico e de alto valor aos pet shops atendidos. Os nossos parceiros serão:

- Equipe de contadores: Contribuem com os serviços de gestão financeira, controle fiscal e organização contábil.
- Espaços de *coworking* ou centros de empreendedorismo local: São utilizados para *networking*, realização de *workshops*, encontros com lojistas e ações educativas presenciais.

3.2.8 Estrutura de custos

A Estrutura de Custo do *Business Model Canvas* lista todos os custos envolvidos na operação da empresa. Esses custos serão, na grande maioria, provenientes dos blocos de recursos, atividades e parcerias-chave (Sebrae, 2021).

No modelo de negócios da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, que atua exclusivamente na prestação de serviços e não lida com a comercialização de produtos ou gestão de estoque, os principais custos operacionais estão concentrados em recursos humanos, tecnologia, marketing digital e estrutura administrativa simplificada. Sendo eles:

- Custos com equipe, colaboradores externos e capacitação profissional: Inclui o pagamento de salários, honorários, comissões ou parcerias por projeto com especialistas que complementam o serviço, além de investimentos em cursos, treinamentos e eventos voltados ao

aprimoramento da equipe de consultores, garantindo atualização contínua no mercado pet e em gestão.

- Despesas com marketing, divulgação e eventos presenciais: Abrange investimentos em anúncios pagos, produção de conteúdo, *design*, impulsionamento nas redes sociais, além de custos com organização de eventos, *workshops* e treinamentos presenciais, como aluguel de espaço, materiais gráficos e divulgação voltada a lojistas do setor pet.
- Despesas administrativas e obrigações legais: Envolve custos com internet, telefone, transporte, material de escritório, *coworking*, além de tributos, encargos trabalhistas e despesas com contabilidade.

4 PLANO DE NEGÓCIOS

Um plano de negócios é um documento que organiza e detalha a visão, metas, estratégias e operação de um empreendimento. Ele serve como guia para tomada de decisões, captação de investimentos e crescimento estruturado, sendo especialmente útil para micro e pequenos empresários ao reduzir riscos e potencializar oportunidades (Sebrae, 2024)

4.1 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Os dados do empreendimento, como sua razão social, nome fantasia e composição de sócios, estão apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 – Dados dos sócios

Razão Social: <i>Insight Pet Consultoria & Gestão LTDA</i>		
Nome fantasia: <i>Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão</i>		
Sócios	CPF	RG
Alonso Feitosa de Oliveira	447.xxx.xxx-51	55.xxx.xxx-2
Bianca de Oliveira Bichiarov	468.xxx.xxx-99	56.xxx.xxx-5
Mariana Ramos Romay	218.xxx.xxx-05	26.xxx.xxx-x
Yasmin Rezende Leite	447.xxx.xxx-22	64.xxx.xxx-x

Fonte: Autores (2025).

4.1.1 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

Quadro 2 - Dados dos Empreendedores

1	Nome:	Alonso Feitosa de Oliveira
	Formação:	Ensino Médio Completo
	Cursando:	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	Experiência Profissional:	Supervisor de Almoxarifado, desenvolvendo habilidades em logística, organização de estoque e expedição de mercadorias. Estagiário em Contabilidade, com foco em atendimento ao cliente e apoio na gestão financeira. Repositor, responsável pela separação de pedidos, reposição e inventário. Assistente de Montagem na Evolução Planejados, onde apoio a produção e instalação de móveis planejados, do preparo das peças ao acabamento.
	Idade:	23
	Naturalidade:	Santos-SP
	Residência atual:	Praia Grande- SP
2	Nome:	Bianca de Oliveira Bichiarov
	Formação:	Ensino Médio Completo
	Cursando:	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	Experiência Profissional:	Auxiliar administrativo desempenhando funções no setor administrativo e financeiro, como controle da folha de pagamento, emissão de notas fiscais, pagamentos diários, gestão de compras. Gestão de redes sociais da empresa. Revendedora da Cacau Show, desenvolvendo habilidades de vendas, atendimento ao cliente e gerenciamento de estoque.
	Idade:	24
	Naturalidade:	Santos-SP
	Residência atual:	Praia Grande- SP
	Nome:	Mariana Ramos
	Formação:	Comunicação Social com habilitação em Jornalismo
	Cursando:	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG

3	Experiência Profissional:	Departamento comercial. Estagiária foco em produção jornalística e comunicação institucional. Treinamentos e capacitação de equipes. Representante comercial no setor pet com foco em vendas e relacionamento.
	Idade:	44
	Naturalidade:	Santos- SP
	Residência atual:	Praia Grande- SP
4	Nome:	Yasmin Rezende Leite
	Formação:	Ensino Médio Completo
	Cursando:	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	Experiência Profissional:	Setor Financeiro, sendo responsável pelo pagamento de contas, gestão da folha de pagamento, conciliação bancária e controle de notas fiscais. Também gerenciava o sistema financeiro e organizava documentos. Auxiliar de Escritório, auxiliando nas rotinas administrativas, organizando documentos e realizando tarefas como fotocópia e envio de processos.
	Idade:	21
	Naturalidade:	Santos- SP
	Residência atual:	Praia Grande- SP

Fonte: Autores (2025).

4.1.2 Organograma da empresa

O organograma serve para ilustrar os cargos, funções, equipes e lideranças dentro de uma organização. Ele também pode ser adaptado para representar a estruturação de projetos e processos internos. Para Neto (2016, p.13) *apud* Chiavenato (2001, p.251), um organograma “representa a estrutura formal da empresa”. Assim é possível ver a estrutura organizacional a empresa e os cargos que a compõe. Ele deve representar os órgãos componentes, as funções por eles desenvolvidas e os níveis administrativos e a via hierárquica.

A figura 2 apresenta o organograma da empresa *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, destacando as principais funções de cada sócio.

Figura 3- Organograma da empresa *Insight Pet Consultoria & Gestão*



Fonte: Autores (2025)

Como pode ser observado na Figura 03, o organograma da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, é composto por quatro sócios-proprietários, cada um com responsabilidades distintas na gestão da empresa. Mariana assume a responsabilidade pelo setor administrativo e financeiro. Alonso lidera a gestão operacional, supervisionando o diagnóstico e implementação de soluções para os clientes, além de coordenar o acompanhamento das ações. Bianca está à frente do marketing e vendas, concentrando seus esforços na formulação de estratégias para expandir a presença da marca e consolidar a *Insight Pet Consultoria & Gestão* no mercado. Por fim, Yasmin, cuja função inclui o desenvolvimento e a implementação de processos e inovações, garantindo o aprimoramento contínuo dos serviços prestados e o alinhamento às tendências do setor.

4.1.3 Descrição das funções exercidas pelos sócios

De acordo com o Ministério do Trabalho (2023), a Classificação Brasileira de Ocupações (Brasil. 2010), estabelecida pela Portaria nº 397 de 9 de outubro de 2002, tem como objetivo identificar e classificar as ocupações no mercado de trabalho, servindo de base para registros administrativos e domiciliares.

A *Insight Pet Consultoria & Gestão* possui atualmente quatro sócios proprietários com os seguintes papéis:

Gerente Administrativo/Financeiro: O Gerente Administrativo/Financeiro desempenha um papel essencial na supervisão e controle das operações financeiras e logísticas da empresa. Suas responsabilidades incluem a elaboração de orçamentos, gestão de pagamentos e cobranças, controle de ativos patrimoniais e

análise de crédito. Além disso, é responsável pela coordenação das operações de caixa e pela administração de processos logísticos, como o gerenciamento de almoxarifado e estoque. O gerente também supervisiona as equipes de trabalho, fornecendo orientação contínua e avaliando o desempenho para garantir a qualidade no trabalho. Essas funções demonstram a importância desse cargo na manutenção de um fluxo de operações eficaz e na garantia da excelência operacional dentro da organização (Brasil. 2010)

Gerente Operacional: O Gerente Operacional desempenha um papel crucial na coordenação das operações internas e no atendimento direto aos clientes de pet shops, garantindo uma execução eficiente das consultorias e serviços prestados. Ele é responsável por gerenciar a agenda de serviços, coordenar reuniões com os clientes, organizar os atendimentos de consultoria e supervisão de processos operacionais dos pet shops. Sua função envolve também o agendamento de visitas, organização de workshops, e o direcionamento de solicitações específicas dos clientes para as áreas responsáveis. Além disso, o Gerente Operacional supervisiona o cumprimento das normas internas da empresa, garantindo que todos os processos sejam realizados com precisão e eficiência. Ele também é responsável por coordenar o fechamento de processos, acompanhar o andamento das consultorias e implementar ações corretivas quando necessário, contribuindo para o sucesso das estratégias de melhoria contínua da *Insight Pet Consultoria & Gestão* (Brasil. 2010).

Gerente de Marketing/Vendas: O Gerente de Marketing e Vendas é responsável por planejar e executar estratégias de marketing e vendas que visam aumentar a visibilidade da consultoria e atrair novos clientes no segmento de pet shops. Este profissional lidera a criação de campanhas de marketing, tanto online quanto offline, e supervisiona a execução de ações voltadas para a prospecção de clientes e fidelização dos atuais. Além disso, gerencia o processo de vendas, garantindo que todas as etapas sejam cumpridas com excelência, desde o primeiro contato até o fechamento da consultoria. Ele também contribui para o desenvolvimento e treinamento da equipe, ajustando as estratégias conforme as necessidades do mercado e a evolução da empresa. Sua comunicação é voltada para transmitir a proposta de valor da *Insight Pet Consultoria & Gestão*, garantindo que o público-alvo receba informações claras e relevantes, fortalecendo a imagem e presença da marca no setor. Essas funções são fundamentais para a consolidação

da *Insight Pet Consultoria & Gestão* no mercado e para o crescimento sustentável da empresa (Brasil. 2010).

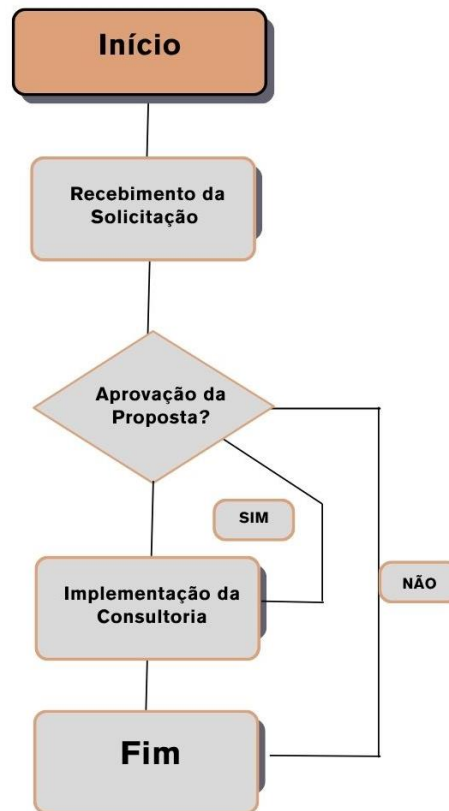
Gerente de inovação: O gerente de inovação é responsável por planejar, organizar e liderar projetos que criem ou melhorem produtos, serviços e processos dentro da empresa. Sua função envolve definir estratégias de inovação alinhadas aos objetivos de negócio, coordenar equipes multidisciplinares, identificar tendências de mercado e tecnologia, desenvolver parcerias externas, gerenciar a propriedade intelectual e buscar fontes de financiamento para projetos inovadores. Para isso, é essencial que tenha visão estratégica, capacidade de gestão de projetos, criatividade, análise de riscos e domínio de metodologias de inovação (Brasil. 2010).

4.1.4 Fluxograma das principais atividades do negócio

De acordo com Costa (2023), o fluxograma consiste em uma representação gráfica, normalmente apresentada em formato de diagrama, que detalha todas as etapas de um determinado processo. Esse instrumento permite visualizar como cada fase ocorre, identificar as partes envolvidas, os pontos de decisão e demais elementos que compõem o processo, como poder ser observado na Figura 04..

Figura 04 - Fluxograma da Insight Pet Consultoria & Gestão

*FLUXOGRAMA INSIGHT PET
CONSULTORIA & GESTÃO*



Fonte: Autores (2025)

Conforme demonstra a Figura 04, o fluxograma da *Insight Pet Consultoria & Gestão* é estruturado de maneira a assegurar uma consultoria estratégica e personalizada para pet shops. O processo inicia-se com o primeiro contato, no qual a equipe de consultoria realiza uma análise preliminar das necessidades do cliente, avaliando o estágio atual da empresa e suas demandas específicas. Após essa avaliação, é agendada uma reunião de alinhamento com os sócios e gestores, com o intuito de definir os objetivos principais da consultoria e estabelecer as primeiras diretrizes estratégicas.

Com base nesse diagnóstico, a *Insight Pet Consultoria & Gestão* desenvolve um plano de ação detalhado, levando em consideração as características particulares

do negócio do cliente, suas forças e áreas a serem aprimoradas. Paralelamente, são apresentadas recomendações para otimizar os processos de gestão, como atendimento ao cliente, controle financeiro e marketing, sempre com o objetivo de gerar resultados rápidos e sustentáveis.

Uma vez aprovado o plano de ação, a implementação da consultoria é iniciada, com a *Insight Pet Consultoria & Gestão* acompanhando de perto os primeiros resultados e realizando os ajustes necessários. Durante todo o processo, a comunicação permanece constante, por meio de reuniões periódicas e feedbacks ágeis, garantindo que o cliente se sinta adequadamente assistido e que as estratégias estejam sendo executadas conforme o esperado.

O fluxo de trabalho é dinâmico e flexível, permitindo à *Insight Pet Consultoria & Gestão* ajustar-se prontamente às mudanças do mercado e às necessidades específicas de cada pet shop. Ao término do processo, uma nova avaliação é realizada para mensurar os resultados alcançados e, caso necessário, planejar novos passos a fim de garantir a continuidade do progresso do negócio. Esse acompanhamento contínuo tem como objetivo transformar a gestão do pet shop de forma estratégica, eficiente e com uma visão de longo prazo.

4.2 INOVAÇÃO

Atualmente, a inovação é considerada um pré-requisito para a sobrevivência das pequenas empresas, especialmente diante de cenários de crises e das constantes mudanças no mercado (Sebrae, 2022). O conceito de inovação refere-se ao ato de modificar práticas, processos, legislações ou costumes antigos, promovendo a renovação ou a criação de algo novo. No contexto empresarial, ambiental ou econômico, inovar implica buscar estratégias ou caminhos diferentes dos habituais para atingir objetivos específicos, envolvendo a criação de novas ideias, processos, ferramentas ou serviços (Sebrae, 2023).

4.2.1 Radar de inovação

De acordo com Simões *et al.* (2014), o Radar da Inovação, utilizado na metodologia de gestão do Projeto ALI (Agente Local de Inovação), serve para avaliar o grau de maturidade de pequenos negócios na criação de soluções inovadoras para seus clientes. Para que uma empresa possa inovar, é necessário que disponha de

conhecimento e recursos capazes de desenvolver algo novo que agregue valor ao público-alvo. Caso a solução proposta seja aceita pelo mercado, a empresa alcançará sucesso e obterá resultados positivos para o negócio.

Segundo Fonseca (2020), o Radar de inovação foi dividido em doze dimensões, sendo quatro pilares principais: oferta, cliente, processo e presença. Cada dimensão apresenta meios diferentes de inovação, como:

1. Oferta: Engloba a criação de um novo produto ou serviço.
2. Plataforma: Habilidade de produzir novos outputs utilizando os mesmos inputs.
3. Solução: Criação de ofertas personalizadas.
4. Cliente: Atendimento de novas necessidades e identificação de novos segmentos.
5. Experiências: Conhecimentos adquiridos a partir dos contatos com os clientes.
6. Valor: Redefinição de produtos e processos para obtenção de receitas.
7. Processo: Alterações que visem a melhoria dos processos.
8. Organização: Mudança de função, forma e atividades na empresa.
9. Cadeia de fornecimento: Redimensionamento dos relacionamentos entre fluxo de informações e terceirizações.
10. Presença: Novos canais de distribuição e pontos de presença.
11. Redes: Tecnologia da informação e comunicação de forma integrada com a oferta.
12. Marca: Expansão da marca ou criação de novas.

A demonstração das dimensões do Radar de Inovação da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, é apresentada no Quadro 3, onde foi realizada uma análise baseada nos principais concorrentes no mercado, devido ao fato de a *Insight Pet Consultoria & Gestão* ser uma empresa nova.

Quadro 3 - Dimensões do Radar da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*

Radar inovação	
Oferta	Na análise da concorrência, a Vetus recebeu nota 3, pois oferece apenas um sistema de gestão empresarial, sem consultoria especializada no setor pet. A Pet Consultoria foi avaliada com nota 2, por atuar exclusivamente na área de gestão administrativa, sem abordar outras frentes como marketing ou capacitação. A Fórmula Pet Shop obteve nota 2, por oferecer serviços focados em atendimento padronizado, porém com alcance limitado às áreas comportamental e de vendas. Já a <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 4, por se diferenciar com uma oferta completa, exclusivamente voltada ao mercado pet e às micro e pequenas empresas. A empresa reúne, de forma integrada, soluções em gestão, marketing, capacitação de equipe e acompanhamento contínuo, o que amplia sua proposta de valor frente aos concorrentes. Além disso, a ausência de concorrência direta na Baixada Santista reforça seu posicionamento como pioneira e fortalece sua vantagem competitiva.
Plataforma	Na análise da concorrência, a Vetus recebeu nota 5, por possuir uma estrutura digital já consolidada, incluindo site profissional, marketing ativo no Google e presença consistente em plataformas online. A Pet Consultoria obteve nota 2, pois não atualiza suas redes sociais desde 2018 e não possui presença digital estruturada. Já a Fórmula Pet Shop foi avaliada com nota 4, por ter presença ativa nas redes sociais e realizar postagens regulares, apesar do número reduzido de seguidores e do alcance ainda limitado. A <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 3, por apresentar uma presença digital em fase inicial, com site focado em marketing de conteúdo e atuação nas plataformas Instagram, LinkedIn e Google Meu Negócio. O uso planejado de e-mail marketing e WhatsApp para relacionamento com clientes demonstra potencial estratégico. No entanto, a nota reflete o estágio atual de desenvolvimento, que ainda exige consolidação da marca digital e aumento no engajamento com o público-alvo.

Marca	Na análise da concorrência, a Vetus recebeu nota 2, pois, embora seja reconhecida em outras regiões, não possui atuação visível ou ativa na Baixada Santista, o que reduz sua relevância local. A Pet Consultoria também foi avaliada com nota 2, já que está inativa nas redes sociais desde 2018 e não apresenta presença de marca consistente. Já Fórmula Pet Shop obteve nota 2, por manter uma presença moderada nas redes sociais, mas com alcance limitado e reconhecimento restrito ao ambiente digital. A <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 4, por ser uma marca nova no mercado, o que naturalmente ainda limita sua força de posicionamento e reconhecimento. No entanto, por ser a primeira consultoria especializada no segmento pet a atuar na Baixada Santista, a empresa possui uma oportunidade única de se consolidar e construir autoridade regional. Com estratégias de marketing bem direcionadas e entrega consistente de valor, o cenário é altamente promissor para o fortalecimento da marca nos próximos períodos.
Cliente	Na análise da concorrência, a Vetus recebeu nota 3, por sua atuação relevante em outras regiões, mas com presença limitada localmente. A Pet Consultoria recebeu nota 2, devido à ausência de atualização nas redes sociais e comunicação pouco ativa, o que reduz sua visibilidade. Já a Fórmula Pet Shop recebeu nota 3, pela oferta de treinamentos e eventos que fortalecem seu relacionamento, porém ainda sem presença significativa na região. A <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> Consultoria & Gestão, como pioneira na região, recebeu nota 4, ampliando seu mercado potencial entre donos de pet shops de pequeno e médio porte. A personalização do atendimento é um diferencial do serviço. No entanto, por ser uma novidade, os primeiros contatos podem gerar dúvidas sobre o modelo de consultoria, justificando a nota com margem para crescimento.
Soluções	A <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 5 por utilizar ferramentas de gestão atualizadas para desenvolver soluções completas nos setores administrativos dos clientes. Além disso, orienta os proprietários a adquirirem conhecimento estratégico, promovendo aumento da produção, lucratividade e melhoria na tomada de decisão. Entre os concorrentes, a Vetus também oferece soluções administrativas, mas recebeu nota 4 por utilizar ferramentas modernas,

	porém com menor personalização local. A Fórmula Pet Shop e a Pet Consultoria receberam nota 3, pois, apesar de oferecerem soluções administrativas, ainda utilizam ferramentas e abordagens menos atualizadas, o que limita o potencial de otimização e os resultados para os clientes.
Relacionamento	Na análise de concorrência, a <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 5, refletindo sua vantagem competitiva na construção de relacionamentos duradouros e engajados. Para os concorrentes, a Vetus e Fórmula Pet Shop possuem estratégias similares, com comunicação direta, mas menos investimento em conteúdo educativo e por conta disso recebeu nota 4. Já a Pet Consultoria tem comunicação mais limitada e menos engajamento por conteúdo, recebendo nota 3.
Agregação de Valor	A Vetus e a Pet Consultoria, apesar de atuarem no mercado, ainda mantêm ofertas tradicionais, o que limita sua agregação de valor percebida. A Fórmula Pet Shop também apresenta serviços sem grande inovação, mantendo as três com nota 2. A <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 4, destacando-se pelo valor agregado à inovação, sendo pioneira na região com um serviço especializado e inovador. Esse caráter inovador está diretamente ligado à ausência de concorrência local, representando uma oportunidade significativa para a empresa.
Processos	A <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 5, pois, após a análise, desenvolve planos personalizados, incluindo automação de agendamentos, treinamentos e implementação de checklists para monitoramento de métricas-chave. O processo conta com suporte contínuo via canais ágeis (WhatsApp e e-mail) e ajustes periódicos conforme a evolução do negócio, garantindo resultados mensuráveis e uma gestão eficiente alinhada às tendências do mercado pet. Entre os concorrentes, a Vetus apresenta processos mais estruturados e atualizados, merecendo nota 4. A Fórmula Pet Shop e a Pet Consultoria utilizam processos menos detalhados e menos contínuos, recebendo nota 3.
Organização	A <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 5 devido à sua estrutura operacional integrada, com departamentos coordenados de análise, diagnóstico, planejamento, implementação e acompanhamento. Essa integração possibilita uma abordagem eficaz para atender às necessidades dos clientes de forma contínua e personalizada.

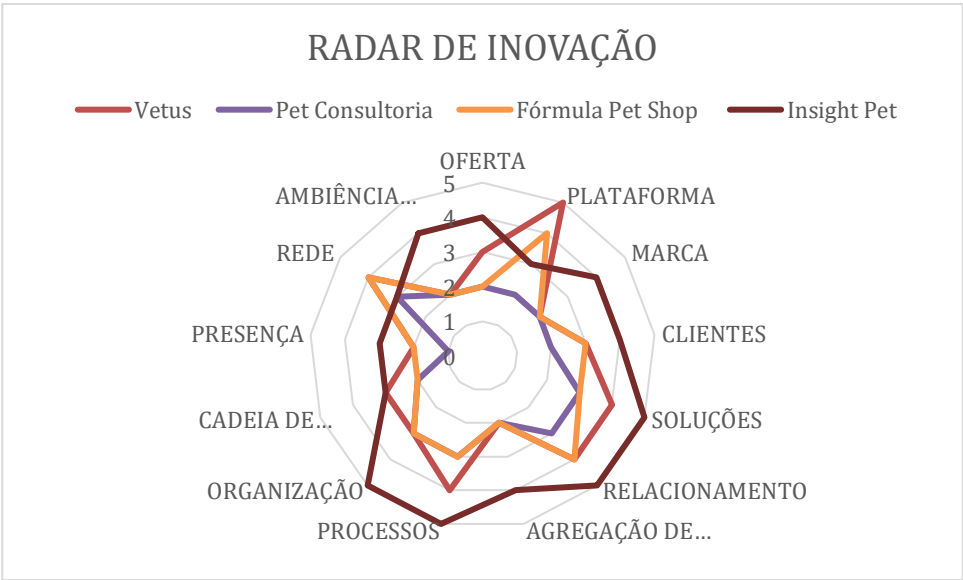
	Por outro lado, a concorrência recebeu nota 3, pois, embora ofereça serviços como análise, diagnóstico e planejamento, ainda carece de integração entre seus departamentos. A ausência de uma estrutura totalmente coordenada e contínua limita a personalização do atendimento e a capacidade de adaptação às necessidades dos clientes ao longo do tempo, impactando a eficácia dos resultados entregues.
Cadeia de Fornecimento	A <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 3 por buscar parcerias estratégicas, como com uma empresa de contabilidade terceirizada e um coworking para reuniões com clientes e workshops. Embora essas parcerias sejam relevantes, ainda há espaço para diversificação e fortalecimento das colaborações para ampliar a rede de apoio e a infraestrutura. Entre os concorrentes, a Vetus mantém uma rede de parcerias moderada, com nota 3, enquanto a Pet Consultoria e a Fórmula Pet Shop apresentam redes mais limitadas, recebendo nota 2.
Presença	A <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 3 por buscar presença no mercado por meio de feiras, eventos e atuação online. Embora essa abordagem ajude a aumentar a visibilidade, ainda é necessário desenvolver um plano mais robusto para consolidar o reconhecimento da marca e expandir sua participação no mercado local. A Vetus e a Fórmula Pet Shop possuem estratégias similares, com atuação online e participação em eventos, recebendo nota 2. Já a Pet Consultoria apresenta menor atividade de marketing, recebendo nota 1.
Rede	A <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 3 por buscar parcerias com fornecedores de produtos pet e influencers do setor, com o objetivo de atuar como canais de indicação e promover a marca. Embora essas parcerias possam aumentar a visibilidade e o valor comercial, ainda há potencial para diversificação e ampliação dessas colaborações para alcançar um público maior e mais segmentado. Considerando os concorrentes individualmente, a Vetus e a Fórmula Pet Shop receberam nota 4 pela diversificação e engajamento, enquanto a Pet Consultoria, com menor atuação nesse aspecto, recebeu nota 3.
Ambiência Inovadora	A <i>Insight Pet Consultoria & Gestão</i> recebeu nota 4 devido ao ambiente altamente favorável proporcionado pelo crescimento do mercado pet no Brasil e na Baixada Santista, o que abre portas para novos serviços focados nesse segmento. Além disso, o mercado de consultoria está ganhando atenção crescente, posicionando a <i>Insight Pet Consultoria &</i>

	<i>Gestão Consultoria & Gestão</i> estrategicamente para se destacar em meio à concorrência. A Vetus, Pet Consultoria e Fórmula Pet Shop receberam nota 2, pois ainda não conseguem aproveitar totalmente o crescimento do mercado pet, principalmente pela falta de inovação e de uma abordagem mais estruturada em relação às tendências do setor. A ausência de diferenciação significativa nos serviços oferecidos limita a capacidade dessas empresas de capitalizar eficazmente as oportunidades emergentes.
--	--

Fonte: Autores (2025)

O Gráfico 1 apresenta o Radar da Inovação com os comportamentos dos concorrentes em paralelo a *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*.

Gráfico 1 - Radar de inovação *Insight Pet Consultoria & Gestão*



Fonte: Autores(2025)

O radar de inovação mostrou que a *Insight Pet Consultoria & Gestão* está à frente dos concorrentes Vetus, Pet Consultoria e Fórmula Pet Shop em quase todos os aspectos analisados. Com notas mais altas em oferta, soluções, relacionamento e processos, a *Insight Pet Consultoria & Gestão* se destaca pela inovação, personalização e estrutura integrada de atendimento ao mercado pet na Baixada Santista.

Enquanto os concorrentes apresentam limitações na agregação de valor, presença local e inovação, a *Insight Pet Consultoria & Gestão* se beneficia por ser pioneira na região, aproveitando oportunidades de mercado em crescimento. Com investimentos contínuos em marca e parcerias, a empresa está bem posicionada para ampliar sua participação e se consolidar como referência regional.

4.2.2 Análise VRIO

Segundo, Barney e Hesterly (2007, *apud* Gohr *et al.*, 2011) VRIO (Valor, Raridade, Imitabilidade e Organização), visa analisar se os recursos são valiosos, raros, difíceis de serem imitados e explorados pela organização. De acordo com os autores, o modelo VRIO reúne um conjunto de ferramentas para analisar todos os recursos que uma empresa possui, bem como o potencial de cada um para gerar vantagens competitivas.

Quadro 4 - Dimensões da Análise VRIO da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*

Empresa: <i>Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão</i>			
É valioso?	É raro	É difícil de imitar?	A empresa está organizada para explorar?
Sim	Sim	Não	Sim

Fonte: Autores(2025).

Com base nas informações apresentadas no quadro sobre a *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, aplicou-se a análise VRIO para avaliar seus recursos e capacidades. Essa ferramenta identifica se os elementos internos de uma empresa geram vantagem competitiva sustentável, considerando quatro dimensões: valor, raridade, imitabilidade e organização. O valor está ligado à contribuição do recurso para o desempenho da empresa; a raridade, à sua escassez no mercado; a imitabilidade, à dificuldade de ser copiado; e a organização, à estrutura da empresa para explorá-lo adequadamente Barney e Hesterly (2007, *apud* Gohr *et al.*, 2011).

i. É valioso?

Sim, pois um serviço de consultoria pode ampliar de forma muito eficaz o desenvolvimento de uma organização

ii. É raro?

Sim, é um serviço pioneiro na região com uma oferta menor do que a possível demanda

iii. É difícil de imitar?

Não, embora a ideia de uma consultoria não seja difícil de imitar, a verdadeira dificuldade para o serviço de consultoria ser prestado com qualidade é ter conhecimento técnico e conhecimento do mercado pet da região e suas possíveis mudanças.

iv. A empresa está organizada para explorar?

Sim, a empresa buscará explorar a vantagem competitiva de todos os recursos do mercado.

No caso da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, o serviço de consultoria é valioso e raro, por contribuir com o desenvolvimento das organizações e ser pioneiro na região. Embora não seja totalmente difícil de imitar, exige conhecimento técnico e domínio do mercado pet local. A empresa está organizada para explorar estrategicamente seus recursos, fortalecendo sua vantagem competitiva.

4.3 ESTRUTURA DO NEGÓCIO

4.3.1 Missão, Visão e Valores da empresa

Missão, visão e valores constituem os pilares fundamentais da identidade organizacional e orientam o posicionamento estratégico das empresas. A missão refere-se ao propósito pelo qual a organização existe, expressando sua razão de ser e o papel que desempenha na sociedade (Silva et al., 2024). A visão representa a projeção de futuro da organização, ou seja, a situação desejada que se pretende alcançar em um horizonte de tempo definido, servindo como guia para o planejamento estratégico (Coser et al., 2021; Porto e Souza, 2023). Os valores organizacionais, por sua vez, consistem em um conjunto de princípios éticos e comportamentais que norteiam as ações dos colaboradores e moldam as relações institucionais com clientes, fornecedores, parceiros e demais stakeholders (Coser et al., 2021; Porto e Souza, 2023). Esses elementos, quando bem definidos e integrados, promovem

alinhamento interno, coesão cultural e direcionamento estratégico eficaz (Ferreira, 2016; Coser et al., 2021; Porto e Souza, 2023; Silva et al., 2024)

4.3.1.1 Missão

A missão da *Insight Pet Consultoria & Gestão* é oferecer soluções estratégicas e práticas para lojistas do setor pet, com o objetivo de capacitar esses empreendedores a transformar a gestão de seus negócios, aprimorar as operações internas e proporcionar experiências excepcionais aos clientes em suas lojas. Essa declaração expressa o nosso compromisso em contribuir de forma ativa para o desenvolvimento sustentável do mercado pet, por meio de uma atuação especializada, alinhada às necessidades reais dos lojistas e às exigências do consumidor contemporâneo.

4.3.1.2 Visão

A visão da *Insight Pet Consultoria & Gestão* é consolidar-se como a consultoria de referência para pet shops, sendo amplamente reconhecida por nossa capacidade de transformar e impulsionar negócios no setor pet. Essa projeção de futuro orienta nossas decisões estratégicas e reforça nosso compromisso com a excelência, a inovação e os resultados sustentáveis, visando ampliar nosso impacto positivo no mercado e fortalecer a competitividade dos nossos clientes.

4.3.1.3 Valores

Nossos valores organizacionais refletem os princípios que orientam nossa atuação no mercado e norteiam o relacionamento com clientes, parceiros e colaboradores. Destacamos o compromisso com o cliente, por meio de um suporte baseado em confiança e foco em resultados; A busca constante pela excelência, oferecendo soluções personalizadas que promovem o crescimento sustentável dos negócios; E a inovação, com abordagens modernas aplicadas às áreas de vendas, marketing e gestão. Valorizamos também a ética, expressa na transparência nas relações e no respeito tanto aos clientes quanto ao bem-estar animal. Além disso, investimos em capacitação, por meio de treinamentos que preparam os lojistas para os desafios do mercado, e defendemos a sustentabilidade, incentivando práticas empresariais responsáveis e conscientes. Esses valores sustentam nossa missão e visão, consolidando uma cultura organizacional sólida e alinhada às demandas do setor pet.

4.3.2 Setores de atividades

A *Insight Pet Consultoria & Gestão* se insere no setor terciário da economia conforme o conceito definido por Pereira (2020, n.p.), a prestação de serviços e as atividades comerciais formam uma parte essencial da economia, funcionando não apenas como mecanismo de troca e geração de renda, mas também como um dos principais impulsionadores do crescimento econômico especialmente em países emergentes.

4.3.3 Forma jurídica

A LTDA é regulada pelos artigos 1.052 a 1.087 do Código Civil. Trata-se de uma sociedade contratual, constituída por dois ou mais sócios, com responsabilidade limitada às cotas de capital social. A administração é regida pelo contrato social, que define a participação, poderes e deveres de cada sócio (Brasil, 2010).

Ao definir a forma jurídica da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, admite-se que o que mais se enquadra é a Sociedade Limitada, pois a empresa encontra-se com quatro sócios ao negócio. Além disso, neste modelo de negócio há a separação dos bens pessoais e dos bens da pessoa jurídica.

4.3.4 Enquadramento Tributário

Atualmente, segundo Sebrae (2025) no Brasil, existem três regimes tributários principais: Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real. Simples Nacional: Criado para micro e pequenas empresas com faturamento até R\$ 4,8 milhões por ano. Ele unifica vários tributos em uma única guia, simplificando a burocracia. As alíquotas variam entre 4% e 22,9%, dependendo da atividade da empresa. Ideal para empresas com margens de lucro médias ou altas e custos operacionais baixos.

Lucro Presumido: Indicado para empresas com faturamento até R\$ 78 milhões, sendo uma forma simplificada de calcular os tributos. A base de cálculo é presumida com percentuais fixos, como 8% para comércio e 32% para serviços. É vantajoso para empresas com lucro elevado e custos operacionais baixos, mas nem sempre é mais benéfico que o Simples Nacional para empresas menores.

Lucro Real: Obrigatório para grandes empresas (faturamento acima de R\$ 78 milhões) ou para determinados setores, como bancos. Nesse regime, os impostos são calculados sobre o lucro líquido real da empresa. Ele é vantajoso para empresas com

margens de lucro baixas ou prejuízo, já que permite compensação de perdas, mas exige uma gestão contábil mais rigorosa (Sebrae, 2025)

O regime tributário adotado pela *Insight Pet Consultoria & Gestão* é o Simples Nacional, sendo classificada como uma Empresa de Pequeno Porte (EPP), o faturamento anual pode variar entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões. Por se tratar de uma empresa de consultoria voltada ao segmento pet, que demanda uma equipe técnica e administrativa para seu funcionamento, a EPP permite a contratação de 10 a 49 funcionários, conforme as diretrizes do Sebrae (2021, n.p.).

Segundo Santander (2024), o Simples Nacional é um regime tributário criado com o objetivo de simplificar a burocracia e reduzir os custos para micro e pequenas empresas, incluindo os MEIs, facilitando o recolhimento de tributos e a realização de declarações de forma mais prática. Esse regime é administrado pela Receita Federal, pelo ICMS (em âmbito estadual e do Distrito Federal) e pelo ISS (em âmbito municipal), sendo regulamentado pela Lei Complementar nº 123/2006. No Simples Nacional, os tributos pagos pelas empresas incluem IRPJ, CSLL, PIS/Pasep, Cofins, IPI, ICMS, ISS e INSS, todos recolhidos por meio do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS), com valores fixos que variam conforme a atividade exercida. Podem optar por esse regime as empresas que possuam receita bruta anual de até R\$ 4,8 milhões.

4.3.5 Capital Social

De acordo com o Sebrae (2025), o capital social corresponde ao valor investido pelos sócios na empresa, podendo ser composto por recursos financeiros ou bens materiais, que ficam à disposição da organização para seu funcionamento e desenvolvimento.

A *Insight Pet Consultoria & Gestão* terá inicialmente um capital social de R\$40.000,00 onde cada sócio irá contribuir com 25% do capital inicial da empresa. A tabela 1 demonstra a contribuição de capital social de cada sócio proprietário.

Tabela 1 - Capital Social da Empresa

SÓCIO PROPRIETÁRIO	CAPITAL SOCIAL (R\$)		PARTICIPAÇÃO (%)
ALONSO F. OLIVEIRA	R\$	10.000,00	25%
BIANCA DE O. BICHIAROV	R\$	10.000,00	25%
MARIANA RAMOS ROMAY	R\$	10.000,00	25%
YASMIN REZENDE LEITE	R\$	10.000,00	25%

Fonte: Autores(2025)

4.3.6 Fontes de Recursos

Segundo Universidade Católica Dom Bosco (2021), as fontes de recursos correspondem aos meios financeiros que uma organização possui para realizar investimentos e arcar com despesas operacionais, podendo originar-se tanto de capital próprio quanto de recursos de terceiros. Dentre eles, existem cinco principais tipos:

4.3.6.1 Recursos Próprios (Capital Próprio)

Os recursos próprios provêm do patrimônio pessoal do empreendedor ou de seus sócios. Esse tipo de financiamento é uma forma segura de iniciar um negócio, pois não envolve dívidas nem juros. O capital próprio representa os valores aplicados pelos proprietários ou acionistas, e sua principal vantagem é a ausência de encargos financeiros fixos.

De acordo com Neto (2012,), o capital próprio corresponde aos recursos investidos pelos proprietários ou acionistas de uma empresa, sendo uma forma de financiamento que apresenta como principal vantagem a ausência de encargos financeiros fixos.

4.3.6.2 Empréstimos e Financiamentos Bancários

Os empréstimos e financiamentos bancários envolvem a obtenção de crédito junto a instituições financeiras, com prazos, juros e garantias previamente definidos. Esses recursos são uma das formas mais comuns de alavancagem financeira, permitindo à empresa acessar uma maior quantidade de capital.

Segundo Universidade Católica Dom Bosco (2021), os financiamentos correspondem a recursos obtidos por meio de dívidas contraídas junto a terceiros, com a finalidade de serem aplicados no negócio, configurando-se como uma das formas mais comuns de alavancagem financeira.

3. Capital de Risco (Venture Capital)

O capital de risco é o financiamento de empresas com alto potencial de crescimento, feito por fundos especializados em troca de participação no negócio. Esse tipo de investimento é comum em startups e empresas de base tecnológica, oferecendo grandes volumes de recursos e apoio profissional.

De acordo com BNDES (2017), o capital de risco consiste em investimentos realizados em empresas com elevado potencial de crescimento, porém também com alto risco, sendo uma prática comum em startups e negócios de base tecnológica.

4. Agências de Fomento (BNDES, FINEP, Desenvolve SP)

As agências de fomento são instituições públicas que oferecem crédito com condições facilitadas, geralmente voltadas para a inovação, sustentabilidade e pequenas empresas. Elas desempenham um papel importante no incentivo ao empreendedorismo e no apoio a projetos inovadores.

Segundo o Sebrae (2022), as agências de fomento constituem fontes de financiamento que oferecem condições subsidiadas, com o objetivo de estimular o empreendedorismo e promover a inovação no país.

As fontes de recursos da *Insight Pet Consultoria & Gestão* serão provenientes de duas frentes principais. A primeira é o capital inicial investido pelos quatro sócios-proprietários, utilizado para custear a abertura da empresa, estruturação dos serviços, criação da identidade visual e ações iniciais de marketing. A segunda fonte de recursos virá diretamente do core *business* da empresa, ou seja, da comercialização dos serviços de consultoria especializados para pet shops e clínicas veterinárias. A *Insight Pet Consultoria & Gestão* oferecerá diagnósticos, planos estratégicos e acompanhamento personalizado, gerando receita a partir da prestação contínua desses serviços aos clientes do setor pet.

4.4 ANÁLISE DE MERCADO

De acordo com UFPE – Universidade de Pernambuco (s.d.) a análise de mercado tem como objetivo compreender tanto as necessidades e desejos dos consumidores quanto o ambiente competitivo no qual a empresa atua, permitindo, assim, a formulação de estratégias mais eficazes.

A análise de mercado é fundamental para a *Insight Pet Consultoria & Gestão* porque permite entender com profundidade o comportamento dos consumidores, identificar tendências do setor pet e mapear os movimentos da concorrência. Com essas informações, a empresa consegue tomar decisões mais estratégicas, desenvolver soluções sob medida para os pet shops atendidos e antecipar demandas do mercado. Além disso, a análise de mercado ajuda a direcionar melhor os investimentos, fortalecer o posicionamento da marca e garantir maior competitividade em um setor que cresce de forma acelerada e constante.

4.4.1 Pesquisa de mercado

A pesquisa de mercado é essencial para que empresas compreendam o comportamento do consumidor, identifiquem oportunidades e ameaças, e acompanhem a concorrência. Esse estudo permite que estratégias de marketing sejam planejadas de maneira mais eficaz, auxiliando no desenvolvimento de produtos e serviços que atendam às expectativas dos clientes (Sebrae, 2023).

Existem diferentes tipos de pesquisa de mercado:

- a) Pesquisa Exploratória: Busca entender melhor um problema ou fenômeno.
- b) Pesquisa Descritiva: Descreve características de um fenômeno ou relação entre variáveis.
- c) Pesquisa Causal: Investiga relações de causa e efeito entre variáveis, como o impacto da mudança de preço na demanda.

Com o intuito de compreender melhor o comportamento dos consumidores e subsidiar futuras decisões estratégicas, a empresa *Insight Pet Consultoria & Gestão* realizou uma pesquisa voltada ao público final, ou seja, aos clientes dos pet shops atendidos. O objetivo dessa etapa foi identificar o perfil dos tutores, seus hábitos de consumo e suas percepções sobre produtos e serviços oferecidos pelo setor pet. A coleta de dados ocorreu entre os dias 23 e 26 de setembro de 2024, totalizando 147 respostas válidas.

Os resultados indicaram que 78% dos participantes possuem ao menos um animal de estimação, sendo o cachorro o mais comum nos lares, seguido por gato,

pássaro, outros, peixe e roedores. Esses dados demonstram que cães e gatos continuam sendo o foco predominante do mercado. Em relação aos fatores de decisão de compra, a qualidade foi considerada o principal critério, seguida por preço, recomendações e marca, reforçando que a comunicação da confiança e do valor agregado dos produtos deve ser prioridade.

Quanto aos locais de compra, 52% dos consumidores afirmaram preferir pet shops físicos, enquanto 31% optam por lojas on-line e 17% compram em supermercados, o que evidencia a importância de integrar conveniência digital com atendimento presencial. O principal diferencial percebido em um pet shop é a qualidade dos produtos e serviços, seguida por atendimento, preço, localização e delivery, o que confirma a relevância de estratégias voltadas à excelência e à experiência do cliente.

Entre os serviços mais valorizados, o atendimento veterinário foi o mais citado, seguido por banho e tosa, venda de produtos, adestramento e hotel para animais. Já os fatores que mais impactam negativamente a fidelização são a má qualidade dos produtos e serviços (53%), problemas no atendimento (23%), falta de atendimento especializado (13%) e preços altos (11%). Além disso, 87% dos entrevistados afirmaram acompanhar tendências e novidades do mercado pet, demonstrando um público exigente, informado e em constante busca por inovação.

Essa primeira etapa da pesquisa forneceu uma visão abrangente sobre o comportamento do consumidor final, servindo como base para comparação com a segunda fase do estudo, que analisará a percepção e as práticas de gestores e proprietários de pet shops.

A segunda etapa da pesquisa, conduzida pela *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, teve como objetivo compreender o perfil e as principais necessidades dos donos de pet shops, a fim de identificar oportunidades de aprimoramento na gestão e nas estratégias de mercado. O levantamento contou com a participação de 100 respondentes, entre os dias 01 de setembro a 30 de setembro, representando uma amostra diversificada de empreendedores do setor.

Os resultados mostraram que 42,9% dos gestores atuam há mais de seis anos no segmento, enquanto 28,6% estão entre três e seis anos, 18,4% de um a três anos e 10,2% há menos de um ano. Quanto ao porte, 61,2% das empresas são de grande porte, 28,6% médio e 10,2% pequeno, indicando maturidade operacional e relevância econômica do setor.

Em relação aos serviços oferecidos, a maioria dos estabelecimentos realiza venda de produtos (83,7%) e banho e tosa (77,6%), seguidos por atendimento veterinário (32,7%), hotel (14,3%) e adestramento (2%). As principais estratégias para atrair novos clientes são o marketing digital (85,7%), o boca a boca (69,4%) e promoções e descontos (67,3%), o que evidencia o papel central das redes sociais na divulgação dos serviços.

No que se refere às dificuldades operacionais, destacam-se a mão de obra especializada (61,2%), a fidelização de clientes (57,1%), a gestão de estoque (46,9%) e o controle financeiro (42,9%). Além disso, 59,2% dos empreendedores afirmaram que esses desafios são recorrentes, o que reforça a necessidade de capacitação e suporte técnico contínuo.

No âmbito tecnológico, 59,2% utilizam plataformas para controle de estoque e processos, enquanto 55,1% já realizam vendas online. Entre os que ainda não utilizam sistemas de gestão, 89,7% acreditam que uma plataforma auxiliaria na melhoria dos processos.

Sobre a percepção dos clientes, 87,8% dos gestores acreditam que qualidade é o fator mais importante em um pet shop, seguido por preço (83,7%), atendimento (79,6%) e variedade de produtos (40,8%). Esse resultado reforça a importância de investir em diferenciais de qualidade e experiência de compra.

Ao serem questionados sobre o papel da consultoria, 95,9% acreditam que uma consultoria especializada ajudaria a resolver os problemas enfrentados, enquanto 61,2% afirmaram nunca ter contratado esse tipo de serviço e 28,6% desconheciam sua existência. Dentre os que já tiveram experiência anterior, alguns relataram aprendizados significativos em gestão e inovação, embora nem todos tenham percebido soluções práticas para sua realidade empresarial.

Por fim, 88,7% dos participantes demonstraram disposição para investir em consultoria, sendo 45,5% com certeza e 43,2% dependendo do valor e da proposta. Quanto ao formato preferido, 75% optaram por consultoria presencial, 50% por atendimentos online individuais, 22,7% por materiais gravados e 11,4% por turmas em grupo.

Esses resultados demonstram que o público gestor de pet shops apresenta alto potencial de adesão a serviços de consultoria, especialmente quando o foco está em soluções práticas, personalizadas e voltadas à realidade do mercado pet.

4.4.2 Estudo dos clientes

De acordo com *BusinessConnection* (2023), compreender o público-alvo é essencial para o sucesso de uma empresa, pois permite personalizar a comunicação de marketing e ajustar as estratégias de vendas conforme as necessidades e preferências dos clientes potenciais.

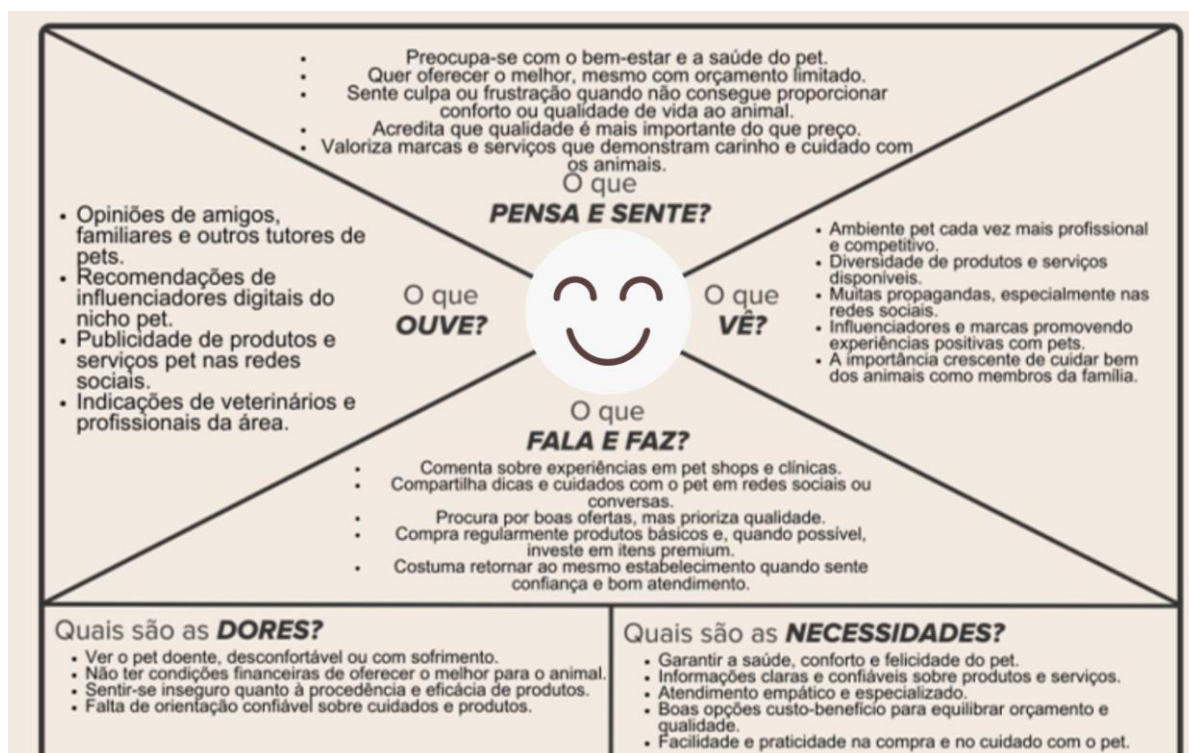
No caso da *Insight Pet Consultoria & Gestão* foi realizada uma pesquisa de mercado através da plataforma *google forms* e a criação do mapa de empatia, para entender melhor cada público e suas dores.

4.4.2.1 Mapa de empatia

De acordo com o Sebrae (2023), o Mapa de Empatia é uma ferramenta do *design thinking* que auxilia as empresas a compreenderem de forma mais profunda as perspectivas, necessidades, desejos e emoções do cliente ideal. Essa compreensão permite identificar pontos de dor, oportunidades de melhoria e criar conteúdo e mensagens mais relevantes, tornando a comunicação mais eficaz e aumentando a satisfação do cliente.

A figura 05 demonstra o mapa da empatia realizado pela empresa *Insight Pet Consultoria & Gestão*.

Figura 5- Mapa de Empatia da empresa *Insight Pet Consultoria & Gestão*



Fonte: Autores (2025).

Na *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, entendemos que para transformar verdadeiramente a realidade dos nossos clientes, é preciso antes de tudo entender quem eles são, o que sentem, como vivem e quais são seus desafios mais profundos. Por isso, utilizamos o Mapa de Empatia como uma ferramenta essencial na construção do nosso plano de negócios e no desenvolvimento das soluções que oferecemos.

O Mapa de Empatia nos ajuda a ir além das características básicas do nosso público-alvo. Ele nos permite mergulhar na mente e no coração do gestor ou proprietário de pet shop para compreender não apenas suas dores operacionais, mas também seus sentimentos, motivações e ambições. Através dessa análise, conseguimos enxergar com mais clareza o contexto em que ele vive: um ambiente de muita pressão, com concorrência crescente, dificuldades em lidar com equipe, finanças desorganizadas e a constante sensação de estar apagando incêndios, sem conseguir de fato evoluir.

Percebemos, por exemplo, que muitos desses gestores desejam crescer, mas não sabem por onde começar. Sentem que precisam melhorar a gestão, mas têm medo de investir em algo que não traga retorno. Muitas vezes escutam conselhos

contraditórios de amigos, fornecedores e até familiares, o que gera ainda mais confusão. Eles observam concorrentes que parecem estar prosperando e, ao mesmo tempo, convivem com a frustração de ver o próprio negócio travado. Isso gera dúvidas, insegurança e até uma sensação de solidão na tomada de decisões.

Com o Mapa de Empatia, conseguimos identificar essas questões com profundidade e, a partir disso, construímos uma abordagem mais humana, prática e eficiente. Nossos serviços de consultoria foram desenhados para respeitar o tempo, o ritmo e a realidade de cada gestor, oferecendo não apenas técnicas, mas apoio, clareza e acompanhamento constante.

O Mapa de Empatia é, portanto, mais do que uma ferramenta estratégica para nós. Ele é uma forma de nos conectarmos de verdade com quem atendemos, oferecendo soluções que fazem sentido e que geram impacto real no dia a dia do pet shop.

4.4.3 Estudo dos concorrentes

A análise dos concorrentes é fundamental para o dimensionamento de mercado, pois envolve o mapeamento e a investigação das forças e fraquezas das empresas que competem pelo mesmo público-alvo. Seu objetivo principal é reunir e examinar informações para criar estratégias de diferenciação. A concorrência consiste na disputa entre empresas do mesmo segmento, que buscam atender às mesmas necessidades dos clientes por meio de produtos ou serviços (Cortex, 2022, n.p)

Ao analisar os concorrentes, identificamos três adversários diretos na cidade de São Paulo: Vetus, Pet Consultoria e Fórmula Pet Shop. Cada um desses oferece soluções distintas no setor de consultoria para pet shops, com foco em atender às necessidades específicas de seus clientes. A análise foi realizada por meio de pesquisa exploratória na internet, utilizando principalmente os sites institucionais e redes sociais das respectivas empresas. A partir dessas fontes públicas, foi possível identificar os serviços ofertados, o posicionamento de mercado, estratégias de comunicação e diferenciais competitivos de cada concorrente.

1. Vetus - Plataforma de Gestão Especializada em Pet Shop

A Vetus é uma plataforma de gestão empresarial voltada para o setor pet, oferecendo soluções integradas para pet shops, clínicas e hospitais veterinários. Seu

principal produto, o Vetus ERP, é um sistema robusto que visa otimizar a administração das diversas áreas do negócio, como atendimento ao cliente, controle financeiro e de estoque.

Pontos Fortes: A Vetus se destaca pela sua especialização no setor, oferecendo um ERP desenvolvido especificamente para atender às necessidades de estabelecimentos veterinários e pet shops. A empresa também investe em um pós-venda estruturado, com suporte técnico qualificado e programas de treinamento contínuo, focando na retenção de clientes. Sua marca é reconhecida como uma das maiores do setor pet na América Latina, o que fortalece sua autoridade, especialmente por meio de promoções e ações institucionais. Além disso, a plataforma é respaldada por depoimentos e cases de sucesso de clientes e instituições relevantes, o que aumenta a confiança na solução oferecida. A Vetus também oferece planos diversificados, permitindo a adaptação de sua plataforma a diferentes perfis e portes de empresas.

Pontos Fracos: Apesar de seus diferenciais, a Vetus apresenta algumas limitações. A presença digital orgânica da empresa é baixa, com um número reduzido de seguidores e pouco engajamento nas redes sociais, o que restringe seu alcance online. Além disso, sua penetração em mercados locais é limitada, sendo que muitos gestores ainda não conhecem ou utilizam o sistema. A estratégia de marketing digital depende fortemente de mídia paga, mostrando uma fraca performance em atrair tráfego orgânico. O modelo de precificação mensal pode ser uma barreira para pequenos negócios com menor capacidade de investimento em tecnologia.

2. Pet Consultoria – Especialização Estratégica no Setor Pet

A Pet Consultoria é uma empresa brasileira especializada em consultoria empresarial para o setor pet, fundada no início dos anos 2000 por Jefferson Braga. Ela oferece soluções estratégicas para pet shops, clínicas veterinárias e hospitais especializados, com um serviço de consultoria integral que abrange todas as áreas da gestão empresarial.

Pontos Fortes: A principal vantagem competitiva da Pet Consultoria é seu serviço de consultoria abrangente, que atende às diversas demandas operacionais, administrativas e estratégicas de seus clientes. A autoridade técnica de Jefferson Braga, um especialista reconhecido no setor, fortalece a credibilidade e confiança da empresa. Outro ponto forte é a prática de elaborar propostas comerciais

personalizadas, o que cria uma percepção de exclusividade, atraindo empresas que buscam soluções adaptadas às suas necessidades.

Pontos Fracos: Apesar de sua proposta diferenciada, a Pet Consultoria enfrenta desafios em termos de presença digital. A empresa não realiza atualizações em suas redes sociais desde 2018, o que prejudica sua visibilidade online e a captação de novos clientes. A comunicação institucional também é restrita, pois a centralização dos atendimentos via WhatsApp limita suas opções de interação com o público e pode ser vista como uma prática pouco profissional em um mercado cada vez mais digitalizado. Além disso, a consultoria tem baixa visibilidade regional, sendo desconhecida por muitos gestores de pet shops, o que indica uma necessidade de reforçar sua presença no setor.

3. Fórmula Pet Shop

A Fórmula Pet Shop, fundada em 2017 por Ricardo de Oliveira e Graciella Dias, é especializada em consultoria e capacitação empresarial para o setor pet. A missão da empresa é orientar, capacitar e preparar empreendedores para o sucesso no mercado pet, oferecendo soluções personalizadas que abrangem desde a concepção até a gestão eficiente de pet shops.

Pontos Fortes: A Fórmula Pet Shop se destaca pela sua consultoria padronizada, focada em oferecer um atendimento consistente e estruturado com metodologias comprovadas. Além disso, a empresa oferece mentoria contínua para donos de pet shops, visando o desenvolvimento de habilidades gerenciais e estratégicas. A liderança de Ricardo de Oliveira, um especialista reconhecido no mercado pet, confere credibilidade e confiança à empresa. A organização de eventos estratégicos também aumenta a visibilidade da marca e fortalece sua credibilidade no setor.

Pontos Fracos: A presença digital da Fórmula Pet Shop ainda está em desenvolvimento, com oportunidades para melhorar o número de seguidores e o engajamento nas redes sociais. A penetração local da empresa também precisa ser expandida para alcançar gestores de pet shops que ainda não utilizam seus serviços. Por fim, a estratégia de comunicação digital pode ser aprimorada para garantir uma comunicação mais consistente e eficaz com o público-alvo.

4.4.4 As 5 forças de Porter

Segundo o Santander (2023), as 5 Forças de Porter, criadas no final da década de 1970 pelo economista Michael Porter, professor da Harvard *Business School*, nos Estados Unidos, constituem um modelo que permite desenvolver e implementar estratégias mais competitivas, fortalecendo a posição da empresa no mercado. Esse modelo foi apresentado no livro *Estratégia Competitiva: Técnicas para Analisar as Indústrias e os Concorrentes*.

Segue as respectivas definições das cinco forças conforme descreve o site Santander (2023):

1. Ameaça de entrada de novos concorrentes: Esta força analisa os aspectos facilitadores desse processo, mas também as barreiras: quanto mais fácil for a superação das dificuldades (ou seja, o acesso ao mercado), maior será o risco que tem uma organização já estabelecida de perder espaço de mercado.

2. Rivalidade entre concorrentes existentes: Esta força permite avaliar a intensidade da concorrência no mercado. O número de empresas no mercado (quanto mais empresas, mais intensa é a concorrência), a taxa de crescimento da indústria, a diferenciação de produtos ou serviços, os custos fixos e a legislação são alguns aspetos que ajudam a determinar o nível de rivalidade entre concorrentes.

3. Ameaça de produtos e serviços substitutos: Essa força, analisa a facilidade com que os consumidores mudam para um produto ou serviço da concorrência. Quanto mais produtos com boa relação qualidade-preço existirem no mercado (havendo, portanto, uma elevada ameaça de substitutos), maiores as probabilidades de os ganhos de uma empresa serem menores.

4. Poder de negociação do fornecedor: Quanto maior for o poder negocial dos fornecedores, mais difícil será para uma empresa ajustar preços e prazos de entrega, o que afeta as margens de lucro. Por outro lado, quanto menos poder tiverem os fornecedores, mais fácil será para as organizações obterem condições mais favoráveis.

5. Poder de negociação do cliente: Esta força analisa o poder dos consumidores influenciarem a qualidade e os preços. A importância conferida ao produto ou ao serviço, a fidelidade à marca, os custos de mudança, a existência no

mercado de outras opções semelhantes e o número de clientes são algumas das variáveis que ditam o poder de negociação do cliente.

A seguir é descrito a análise da empresa *Insight Pet Consultoria & Gestão* conforme as 5 forças descritas por Michael Porter:

1. Ameaça de novos concorrentes: A entrada de novos concorrentes no mercado é facilitada por barreiras de entrada relativamente baixas. Consultorias podem surgir rapidamente, oferecendo serviços similares aos da *Insight Pet Consultoria & Gestão*. No entanto, a *Insight Pet Consultoria & Gestão* se diferencia pelo seu foco em pequenas e médias empresas na Baixada Santista, além de sua expertise regional e personalizado atendimento, o que dificulta a competição direta com novos entrantes.

2. Rivalidade entre concorrentes: Embora existam concorrentes como Vetus, Pet Consultoria e Fórmula Pet Shop, esses têm uma presença mais forte em nível estadual e com pouca penetração na região onde a *Insight Pet Consultoria & Gestão* atua. A rivalidade é menor, principalmente pela especialização e o nicho de mercado que a empresa ocupa, mas o crescimento do setor pet pode aumentar a competição com o tempo.

3. Ameaça de produtos ou serviços substitutos: A *Insight Pet Consultoria & Gestão* enfrenta a ameaça de substitutos como mentorias online e consultorias digitais, que oferecem soluções mais acessíveis e práticas. Além disso, plataformas de gestão automatizada também podem ser vistas como alternativas à consultoria personalizada. No entanto, a *Insight Pet Consultoria & Gestão* se diferencia pela personalização e continuidade do serviço, essencial para microempresas que precisam de apoio específico para seu crescimento.

4. Poder de negociação dos fornecedores: A *Insight Pet Consultoria & Gestão* depende de mão de obra especializada e tecnologia, mas o mercado oferece uma grande variedade de fornecedores nesses dois aspectos. Isso torna o poder de negociação dos fornecedores relativamente baixo, permitindo que a empresa tenha flexibilidade na escolha de seus parceiros e tecnologias sem se tornar dependente de um único fornecedor.

5. Poder de negociação dos clientes: Os clientes da *Insight Pet Consultoria & Gestão*, principalmente os pet shops e clínicas de pequeno porte, possuem alto poder de negociação, devido à grande quantidade de opções de

consultorias e à sensibilidade ao preço. A *Insight Pet Consultoria & Gestão* precisa demonstrar claramente os benefícios de seus serviços, garantindo que os pet shops percebam um retorno sobre o investimento (ROI) significativo para justificar a continuidade da parceria.

4.4.5 Análise PESTEL

A análise Pestel é uma metodologia para avaliar e compreender os fatores externos que podem influenciar um negócio.

De acordo com o Sebrae (2023), a sigla PESTEL, que representa Política, Economia, Social, Tecnologia, ambiental e Legal, refere-se aos fatores macroeconômicos que podem influenciar o desempenho e a atuação de uma empresa.

A figura 5 demonstra a análise PESTEL da empresa *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*.

Figura 6- Análise Pestel da *Insight Pet Consultoria & Gestão*

P	E	S	T	E	L
POLÍTICO	ECONÔMICO	SOCIAL	TECNOLÓGICO	ECOLÓGICO	LEGAL
• Apoio a MEIs/PMEs • Incentivos ao setor pet • Estabilidade jurídica • Regras locais para pet shops	• Crescimento do setor • Inflação e crédito • Desemprego e novos negócios	• Mudança na relação afetiva entre tutores e animais • Busca por profissionalização • Atendimento mais ético • Abertura à consultoria	• Uso de ERPs e IA • Marketing digital • Adoção de novas techs.	• Sustentabilidade em alta • Pressão por boas práticas • Oportunidade de orientação	• Leis do setor pet • Normas trabalhistas • LGPD e proteção de dados

Fonte: Autores (2025)

4.4.5.1 Fatores Políticos

Os fatores políticos envolvem o ambiente governamental e as políticas públicas que podem impactar o desempenho das organizações. Entre eles estão a estabilidade política, as leis fiscais, as regulamentações comerciais, a intervenção do governo na economia e outras políticas que podem influenciar diretamente a operação e a estratégia das empresas (Sebrae, 2023).

No âmbito político, é fundamental que a *Insight Pet Consultoria & Gestão* esteja atenta às políticas públicas voltadas para micro e pequenas empresas, especialmente no setor de serviços. Incentivos fiscais, subsídios e programas de capacitação podem representar oportunidades estratégicas para o crescimento da empresa e de seus clientes. Além disso, é importante acompanhar as regulamentações municipais que afetam o funcionamento de pet shops e clínicas veterinárias, como exigências sanitárias, alvarás e regularização de espaços comerciais. A estabilidade política também influencia diretamente o ambiente de negócios e a segurança na prestação de serviços de consultoria.

4.4.5.2 2 Fatores Econômicos

Os fatores econômicos, divididos entre micro e macroeconômicos, envolvem elementos como juros, inflação, PIB, desemprego e renda. Eles influenciam diretamente o poder de compra, a demanda por produtos e serviços, o acesso a crédito e os custos operacionais das empresas (Sebrae, 2023).

No aspecto econômico, o setor pet continua crescendo mesmo em momentos de instabilidade, o que representa uma vantagem competitiva. No entanto, a inflação e as altas taxas de juros impactam o poder de investimento dos donos de pet shops, o que pode refletir na contratação de serviços como consultorias. O acesso ao crédito, tanto para a *Insight Pet Consultoria & Gestão* quanto para seus clientes, é um ponto estratégico que pode facilitar a implementação de melhorias nos estabelecimentos.

4.4.5.3 Fatores Sociais

Os fatores sociais envolvem características e tendências da sociedade que influenciam o mercado e o comportamento do consumidor, como idade, gênero, cultura, valores, atitudes e estilos de vida. Compreender essas mudanças é essencial para adaptar produtos, serviços e estratégias de marketing às novas preferências do público (Sebrae, 2023)

Socialmente, observa-se uma forte tendência na mudança da relação afetiva entre tutores e animais, o que gera um aumento na exigência por serviços mais especializados, éticos e personalizados. Os consumidores finais esperam experiências de compra mais completas, o que leva os donos de pet shops a buscar melhorias em gestão e atendimento. Além disso, há uma crescente valorização da profissionalização do setor, o que torna a atuação da *Insight Pet Consultoria & Gestão* ainda mais relevante para o desenvolvimento de seus clientes.

4.4.5.4 Fatores Tecnológicos

Os fatores tecnológicos referem-se às inovações e avanços, como automação, digitalização, inteligência artificial e outras tecnologias emergentes. Analisar esses elementos permite identificar oportunidades para aumentar a eficiência, inovar em produtos e serviços e manter a competitividade no mercado (Sebrae, 2023).

Em relação à tecnologia, a transformação digital vem mudando a forma como pet shops operam e se relacionam com os clientes. Ferramentas como sistemas de gestão (ERP), redes sociais, CRMs e inteligência artificial tornam-se aliadas na otimização dos processos. Para a *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, estar atualizada com essas inovações permite oferecer soluções mais completas e modernas aos seus clientes, tornando a consultoria mais eficaz e alinhada ao futuro do varejo pet.

4.4.5.5 Fatores Ambientais

Os fatores ecológicos, ou ambientais, envolvem questões ligadas à sustentabilidade, como mudanças climáticas, políticas ambientais, regulamentações governamentais e responsabilidade socioambiental. Com a crescente consciência ambiental, as empresas precisam considerar esses aspectos para reduzir riscos, adotar práticas sustentáveis e atender às expectativas de consumidores e órgãos reguladores (Sebrae, 2023).

Do ponto de vista ambiental, cresce a demanda por práticas sustentáveis, tanto por parte dos consumidores quanto por órgãos reguladores. O descarte adequado de resíduos, o uso consciente de recursos e a escolha por fornecedores mais responsáveis são pontos que afetam diretamente os pet shops. A *Insight Pet*

Consultoria & Gestão pode auxiliar seus clientes na criação de políticas sustentáveis, promovendo diferenciação e responsabilidade socioambiental.

4.4.5.6 Fatores Legais

Por fim, os fatores legais envolvem leis e regulamentações relacionadas à legislação trabalhista, direitos do consumidor, propriedade intelectual e normas específicas do setor. Compreender esses aspectos é essencial para garantir conformidade, prevenir riscos jurídicos e assegurar a operação segura e legal do negócio (Sebrae, 2023).

Por fim, no campo legal, é indispensável estar atualizado com a legislação vigente que afeta diretamente o setor pet, como normas da vigilância sanitária, exigências para o funcionamento de clínicas com responsáveis técnicos (RTs), além de leis trabalhistas que regem a contratação de funcionários. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) também impacta os negócios que armazenam informações de clientes e pets, exigindo práticas seguras e transparentes, ponto em que a *Insight Pet Consultoria & Gestão* pode orientar e prevenir riscos jurídicos.

4.4.6 Análise SWOT

A matriz SWOT, ou análise FOFA em português, é uma ferramenta utilizada para analisar os ambientes internos e externos de uma organização, com o objetivo de definir estratégias e tomar decisões corretivas e/ou potencializadoras (Silva, 2021, p.20). Sua definição se baseia nos seguintes componentes:

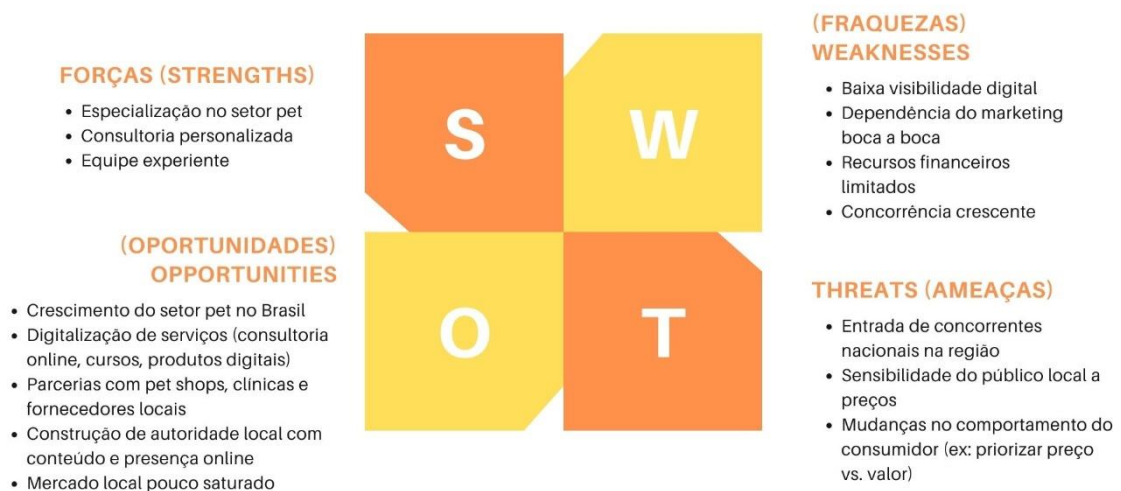
S (*Strengths*), que significa Forças;

W (*Weaknesses*), que se refere às Fraquezas;

O (*Opportunities*), que representa as Oportunidades;

T (*Threats*), que indica as Ameaças.

Figura 7 - Análise SWOT da empresa *Insight Pet Consultoria & Gestão*



Fonte: Autores (2025).

a) Forças:

A *Insight Pet Consultoria & Gestão* apresenta como principais forças a sua especialização no setor pet, com foco exclusivo nesse mercado e uma compreensão aprofundada das necessidades e desafios do segmento. Isso proporciona maior credibilidade e autoridade junto aos clientes. Além disso, destaca-se pela consultoria personalizada, oferecendo soluções feitas sob medida para micro e pequenas empresas, promovendo um atendimento eficaz e direcionado. A presença de sócios com experiência e conhecimento no mercado pet fortalece a confiança na empresa. Outro ponto positivo é o mercado local pouco saturado: na Baixada Santista, ainda não há oferta significativa de consultorias especializadas para pet shops, o que representa uma oportunidade única de posicionamento e liderança.

b) Fraquezas:

Entre as fraquezas identificadas está a baixa visibilidade digital, com presença limitada nas redes sociais, o que dificulta a captação de novos clientes fora da região.

A dependência do marketing boca a boca também limita o alcance da marca, especialmente num cenário em que a presença online é essencial. A empresa conta ainda com recursos financeiros limitados, o que restringe os investimentos em marketing, tecnologia e expansão. Soma-se a isso a concorrência crescente, que mesmo em uma região menos saturada, pode se intensificar com a entrada de grandes empresas do setor.

c) Ameaças:

A *Insight Pet Consultoria & Gestão* enfrenta ameaças relacionadas à concorrência de grandes empresas, como Vetus e Pet Consultoria, que possuem maior alcance e capacidade financeira. Mudanças nas necessidades dos pet shops ou exigências legais também podem obrigar a empresa a adaptar rapidamente seus serviços. A concorrência digital em expansão, com consultorias online e plataformas tecnológicas, atrai empresários que buscam soluções acessíveis e modernas. Além disso, a instabilidade econômica nacional pode impactar os investimentos dos pet shops, levando-os a reduzir orçamentos ou postergar melhorias na gestão.

d) Oportunidades:

Há diversas oportunidades a serem exploradas pela *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, como a expansão digital, com investimentos em marketing online, campanhas pagas e produção de conteúdo, que podem elevar a visibilidade da marca. O setor pet segue em constante crescimento, abrindo espaço para novas soluções de gestão e consultoria. Parcerias estratégicas com fornecedores e empresas do ramo podem fortalecer a autoridade e ampliar a atuação da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*. A realização de eventos, treinamentos e workshops contribui para consolidar a marca como referência regional. Por fim, oferecer serviços acessíveis a micro e pequenas empresas pode gerar lealdade e ampliar a carteira de clientes, principalmente em períodos de instabilidade econômica.

4.5 PLANO DE MARKETING

O plano de marketing consiste em um documento estratégico que atua como um guia para a empresa, detalhando as táticas e ações necessárias para o alcance dos objetivos de mercado. Funciona como um roteiro para a equipe, contribuindo para

a alocação eficiente de recursos, o controle orçamentário e a avaliação de resultados. Em sua essência, o plano de marketing busca responder a três questões fundamentais: onde estamos atualmente, para onde desejamos ir e de que forma alcançaremos nossos objetivos (Sebrae, 2022).

Uma das ferramentas mais importantes para a elaboração do plano de marketing são os 4 Ps do marketing, também conhecidos como Mix de Marketing. O conceito, popularizado por Philip Kotler, sugere que o sucesso de uma empresa depende do equilíbrio entre quatro elementos essenciais: Produto, Preço, Praça e Promoção.

Produto (*Product*): Refere-se à oferta da empresa ao mercado, que pode ser um bem, serviço ou ideia. O conceito de produto vai além do item em si, abrangendo sua qualidade, design, embalagem, características e marca. O objetivo é criar algo que satisfaça as necessidades e desejos do público, proporcionando um valor superior (Hubspot blog, 2025).

Preço (*Price*): É o valor que o cliente paga. A definição do preço é estratégica e considera fatores como custos de produção, margens de lucro, preços da concorrência e o valor percebido pelo cliente. Um preço adequado é crucial para o posicionamento da marca e para a rentabilidade do negócio (Rock Content, 2025).

Praça (*Place*): Diz respeito aos canais de distribuição, ou seja, onde o produto estará disponível para o consumidor. Isso envolve decisões sobre lojas físicas, plataformas online, distribuidores e logística. O principal objetivo é garantir que o produto chegue ao cliente certo, no momento e local adequados, de forma eficiente (INVESTOPEDIA, 2025).

Promoção (*Promotion*): Engloba todas as atividades de comunicação usadas para divulgar o produto. O objetivo é informar, persuadir e lembrar o mercado sobre sua existência. Isso inclui publicidade, relações públicas e marketing digital, que trabalham para gerar interesse e incentivar a compra. Inclui publicidade, relações públicas, vendas pessoais e marketing digital. Uma promoção eficaz cria consciência, gera interesse e incentiva a ação de compra (*Business news daily*, 2025).

A estratégia promocional da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria* inclui:

- i. **Marketing Digital:** presença nas redes sociais (Instagram e Facebook), com conteúdo visual e educativo;

- ii. **Marketing de Conteúdo:** publicações em site institucional e artigos otimizados em SEO; - Eventos e Feiras: participação em feiras e congressos do setor pet;
- iii. **Programas de Fidelização:** benefícios e descontos exclusivos a clientes recorrentes.

4.5.1 Descrição dos principais produtos e serviços

Segundo Sebrae (2023), a definição clara dos produtos e serviços é essencial para que a organização comunique de forma efetiva seu valor ao público-alvo, facilite a diferenciação em relação à concorrência e permita um planejamento estratégico mais eficiente. Além disso, conhecer e documentar os produtos e serviços auxilia na gestão interna, na tomada de decisões e na construção de estratégias de marketing e vendas alinhadas aos objetivos do negócio.

A *Insight Pet Consultoria & Gestão* oferece soluções especializadas voltadas para micro e pequenas empresas do setor pet, como pet shops e clínicas veterinárias. Nosso portfólio de serviços é estruturado para atender às necessidades de gestão, marketing, operação e capacitação, com foco na melhoria do desempenho e na competitividade do negócio. Entre os principais produtos e serviços estão:

- i. **Gestão Logística:** otimização do fluxo de recebimento, armazenamento e distribuição de mercadorias, assegurando maior eficiência operacional. **Gestão de Estoque:** implementação de estratégias de inventário que reduzem riscos de excesso ou escassez.
- ii. **Gestão de Marketing:** desenvolvimento de planos e campanhas que fortalecem a marca e aumentam sua presença no mercado digital e físico. **Gestão de Pessoas:** capacitação de equipes e incentivo ao alinhamento com a cultura organizacional.
- iii. **Gestão de Processos:** padronização e racionalização de fluxos operacionais internos, visando maior produtividade.
- iv. **Gestão Financeira e Contábil:** suporte na precificação, no controle de caixa e na análise estratégica de resultados.

O objetivo central da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria* é oferecer um conjunto de soluções integradas que permitam ao empreendedor do setor pet

organizar melhor seu negócio, aumentar a eficiência operacional e alcançar melhores resultados financeiros e de mercado.

4.5.2 Preço e precificação

O preço é um elemento fundamental do mix de *marketing*, pois influencia diretamente a geração de receita e a percepção de valor dos consumidores. Para definir a estratégia de precificação, as empresas podem adotar diferentes abordagens: preços iniciais altos que caem gradualmente (*skimming*); ajustes baseados nos preços praticados pela concorrência; oferta de versões gratuitas ou experimentais para atrair clientes (*freemium*); definição de preços com base no comportamento do consumidor; cálculo a partir do custo de produção (*markup*); ou estabelecimento de valores considerando a margem de lucro desejada (Sebrae, s.d.).

A política de preços da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria* foi estruturada de forma a refletir o nível de complexidade e a expertise exigida em cada área, mantendo acessibilidade e flexibilidade para o cliente. Cada serviço pode ser contratado separadamente em pacotes de: 8 horas (Básico), 12 horas (Intermediário) ou 18 horas (Avançado), com os atendimentos distribuídos ao longo do mês, garantindo suporte contínuo.

É importante destacar que essas horas não são concentradas em um único encontro, mas sim diluídas ao longo do mês, permitindo que o cliente organize os atendimentos de acordo com sua própria agenda e necessidades. Essa flexibilidade possibilita um melhor aproveitamento do tempo contratado e garante suporte contínuo ao longo de todo o período.

Quadro 05: Tabela de Preços por Área:

Serviços/Área	Básico (R\$)	Intermediário (R\$)	Avançado (R\$)
Gestão Logística	R\$ 280,00	R\$ 384,00	R\$ 504,00
Gestão de Marketing	R\$ 256,00	R\$ 336,00	R\$ 450,00
Gestão de Processos	R\$ 280,00	R\$ 372,00	R\$ 468,00
Gestão financeira e contábil	R\$ 280,00	R\$ 384,00	R\$ 522,00

Fonte: Autores (2025)

Gestão Logística:

- Básico (8h/mês – R\$ 280,00): Diagnóstico do fluxo logístico atual; identificação de gargalos; sugestões de melhoria no controle de entregas.

- Intermediário (12h/mês – R\$ 384,00): Implementação de rotinas de monitoramento; definição de indicadores; treinamento básico de rotas.
- Avançado (18h/mês – R\$ 504,00): Estratégias integradas de transporte; negociação com fornecedores; acompanhamento de custos.

Gestão de Marketing:

- Básico (8h/mês – R\$ 256,00): Definição da identidade visual; criação de calendário editorial; orientação digital.
- Intermediário (12h/mês – R\$ 336,00): Desenvolvimento de campanhas; acompanhamento de métricas; produção de conteúdo.
- Avançado (18h/mês – R\$ 432,00): Estratégias completas de posicionamento; marketing de conteúdo contínuo; análise de desempenho.

Gestão de Processos:

- Básico (8h/mês – R\$ 280,00): Mapeamento de processos; identificação de pontos críticos; padronização de tarefas.
- Intermediário (12h/mês – R\$ 372,00): Padronização detalhada; criação de fluxogramas; definição de indicadores.
- Avançado (18h/mês – R\$ 468,00): Reestruturação completa; implementação de rotinas de qualidade; treinamento da equipe.

Gestão Financeira e Contábil:

- Básico (8h/mês – R\$ 280,00): Organização do fluxo de caixa; controle de entradas e saídas; orientações básicas.
- Intermediário (12h/mês – R\$ 384,00): Estruturação de relatórios; análise de custos e receitas; precificação.
- Avançado (18h/mês – R\$ 522,00): Planejamento orçamentário; análise de investimentos; acompanhamento tributário.

Plano Completo:

- Plano Básico (24h/mês): R\$ 1.096,00.

- Plano Intermediário (36h/mês): R\$ 1.476,00.
- Plano Avançado (54h/mês): R\$ 1.926,00

Além disso, a consultoria disponibiliza serviços de mentoria personalizada, cujo valor é definido de acordo com as necessidades específicas do cliente, a complexidade dos objetivos e o tempo de acompanhamento requerido, garantindo maior adaptabilidade e profundidade nos resultados.

4.5.3 Estratégias Promocionais

A estratégia promocional pode ser entendida como o conjunto de ações de comunicação utilizadas pela empresa para estimular a demanda, divulgar produtos e fortalecer a marca no mercado.

Segundo Kotler e Keller (apud Unileão, 2024), a promoção representa uma das principais ferramentas do mix de marketing, sendo responsável por informar, persuadir e lembrar os consumidores sobre uma oferta. Dessa forma, a definição de estratégias promocionais adequadas contribui para ampliar a visibilidade da organização, incentivar a experimentação de seus produtos e consolidar a fidelização de clientes.

No caso da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, a estratégia promocional será direcionada à criação de visibilidade no segmento pet, buscando consolidar a marca como referência em gestão para pet shops e clínicas veterinárias. Para isso, a empresa utilizará canais digitais como redes sociais e marketing de conteúdo, com a produção de postagens educativas, vídeos explicativos e materiais gratuitos (*e-books* e *checklists*), que servirão para atrair e engajar potenciais clientes.

Além disso, serão aplicadas campanhas segmentadas em mídias pagas, especialmente no *Google Ads* e *Instagram Ads*, com o objetivo de alcançar gestores de micro e pequenas empresas do setor. Outro recurso adotado será a realização de parcerias estratégicas com fornecedores e influenciadores do mercado pet, ampliando o alcance da marca. Por fim, serão promovidos eventos online, como webinars e workshops, que reforçarão a autoridade da empresa no segmento e contribuirão para o fortalecimento do relacionamento com o público-alvo.

A *Insight Pet Consultoria & Gestão* também oferece planos com desconto para contratação completa dos serviços, incentivando a fidelização e o acompanhamento contínuo dos clientes.

Os descontos aplicáveis são de 10% sobre os valores do plano completo:

- Plano Básico (24h/mês): de R\$ 1.096,00 por 986,40.
- Plano Intermediário (36h/mês): de R\$ 1.476,00 por 1.328,40.
- Plano Avançado (54h/mês): de R\$ 1.926,00 por 1.733,40.

Quadro 06: Tabela Planos completos:

Plano	Horas/mês	Valor Original	Valor promocional
Básico	24	R\$ 1.096,00	R\$ 986,40
Intermediário	36	R\$ 1.476,00	R\$ 1.328,40
Avançado	54	R\$ 1.926,00	R\$ 1.733,40

Fonte: Autores (2025)

4.5.4 Estrutura de Comercialização e Logística de distribuição

A estrutura de comercialização e logística de distribuição refere-se aos meios e processos utilizados pela empresa para disponibilizar seus produtos ou serviços ao cliente, garantindo que a entrega seja eficiente e alinhada às expectativas do mercado. A estrutura de comercialização abrange os canais de venda, métodos de abordagem e formas de contato com o público-alvo, devendo ser planejada para maximizar o alcance e a efetividade das ações comerciais Kotler e Keller (apud Unileão, 2024) .

Por sua vez, a logística de distribuição envolve o planejamento e a gestão do fluxo de produtos ou serviços desde a empresa até o cliente final, englobando transporte, armazenagem, gerenciamento de estoque e demais operações que assegurem a qualidade, a pontualidade e a eficiência na entrega (*Council of logistics management*, 1996 apud Novaes, 2007, p. 8).

Dessa forma, a definição adequada da estrutura de comercialização e da logística de distribuição é essencial para garantir a satisfação do cliente, otimizar recursos e fortalecer a posição competitiva da organização.

A comercialização dos serviços da *Insight Pet Consultoria & Gestão* será realizada de forma direta, priorizando canais digitais e atendimento personalizado. O principal meio de captação e contato com os clientes será através das redes sociais,

do site institucional e do WhatsApp *Business*, garantindo agilidade no processo de negociação. Além disso, a empresa fará uso de campanhas segmentadas em plataformas digitais, como *Google Ads* e *Instagram Ads*, direcionadas ao público-alvo composto por micro e pequenos empresários do setor pet.

Como se trata de uma empresa prestadora de serviços, a logística de distribuição está relacionada à entrega das soluções de consultoria, que ocorrerá majoritariamente de maneira online, por meio de reuniões virtuais, relatórios digitais e treinamentos a distância. Quando necessário, poderão ser realizadas visitas presenciais aos clientes localizados na região da Baixada Santista, reforçando a proximidade e a personalização do atendimento.

Dessa forma, a estrutura de comercialização e distribuição da *Insight Pet Consultoria & Gestão* combina praticidade, alcance digital e atendimento consultivo, assegurando eficiência na entrega de valor aos clientes.

4.6 PLANO OPERACIONAL

O plano operacional é a seção do plano de negócios que descreve detalhadamente como a empresa funcionará na prática, abordando aspectos relacionados à estrutura física, processos internos, recursos humanos, fornecedores e logística. Ele serve para demonstrar a viabilidade operacional do empreendimento, definindo a forma como os produtos ou serviços serão produzidos, entregues e gerenciado (Sebrae, 2024).

4.6.1 Localização do negócio

De acordo Sebrae (2024), a localização é um fator estratégico no plano de negócios, pois impacta diretamente os custos operacionais, a acessibilidade para clientes e fornecedores, e a atratividade do negócio no mercado. Uma escolha adequada do local contribui para a eficiência das operações e para o sucesso do empreendimento. No caso da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, situada na Rua Duque de Caxias, nº 912, sala 24, no Boqueirão, em Praia Grande/SP,

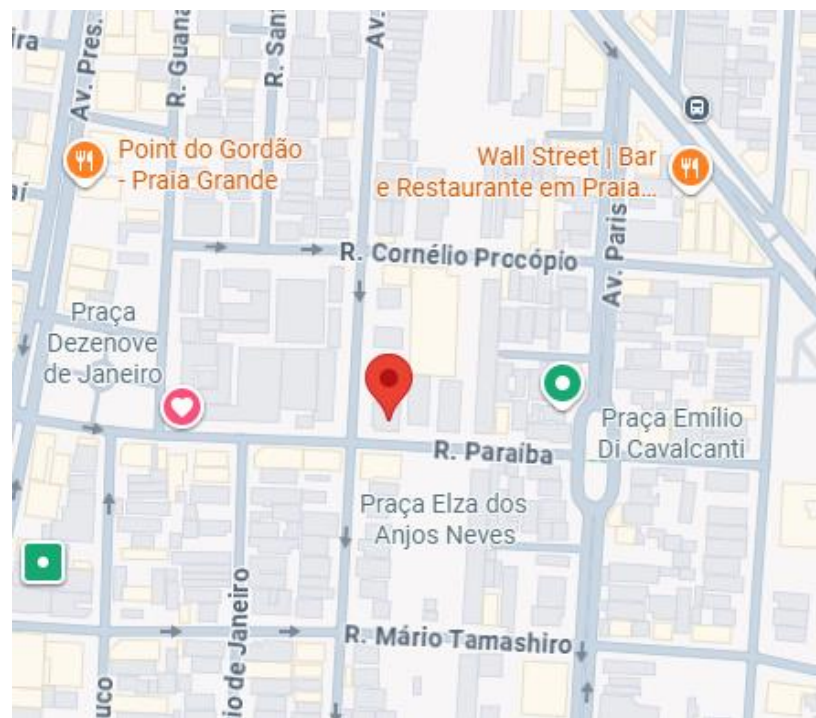
a escolha do local baseia-se na boa infraestrutura, fácil acesso e proximidade com polos empresariais, o que favorece parcerias e oportunidades de crescimento.

A consultoria adota um modelo de atendimento híbrido, combinando visitas presenciais e atendimento digital, o que amplia o alcance e reduz custos fixos. Quando necessário, serão utilizados espaços de coworking para reuniões e treinamentos, garantindo estrutura profissional e credibilidade.

Assim, a atuação da consultoria se apoia em três pilares: atendimento presencial nas dependências do cliente, atendimento digital e uso de coworkings, refletindo as tendências do setor que valorizam flexibilidade, eficiência e sustentabilidade do negócio.

A figura 8 abaixo, representa o mapa com a Localização da *Insight Pet Consultoria & Gestão*.

Figura 8- Localização da Empresa *Insight Pet Consultoria & Gestão*



Fonte: Google Maps (2025).

4.6.2 Layout ou arranjo físico

De acordo com o Sebrae (2023), o layout ou arranjo físico consiste em uma técnica de administração das operações voltada para aumentar a eficiência do

sistema de produção. Quando o fluxo de produtos é bem planejado, há uma movimentação mais rápida ao longo das etapas de transformação da matéria-prima em produto, diminuindo o tempo total de produção.

A figura 9 apresenta o design do layout físico da *Insight Pet Consultoria & Gestão*

Figura 9- Layout Físico do Coworking utilizado pela *Insight Pet Consultoria & Gestão*.



Fonte: Inteligência Artificial *Chat GPT*. Acesso em 10 out. 2025.

O layout do coworking une profissionalismo, conforto e colaboração, com áreas abertas e salas envidraçadas que incentivam troca de ideias e networking. O ambiente moderno estimula criatividade, foco e fechamento de negócios, fortalecendo a credibilidade e eficiência das consultorias para o setor pet shop.

4.6.3 Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços

A capacidade de produção é o volume máximo de serviços que uma organização consegue oferecer em determinado período, considerando os recursos humanos, tecnológicos e processuais disponíveis sob condições normais de operação. Esse conceito permite à empresa planejar de forma eficiente a alocação de recursos, a carga de trabalho e o crescimento sustentável (Voitto, 2023; FM2S, 2023).

Na *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*, composta por quatro sócios-consultores, cada profissional possui carga mensal de 160 horas (8 horas diárias, 5 dias por semana), totalizando 640 horas de consultoria por mês.

A capacidade mínima de produção indica o nível mais baixo de operação no qual a empresa mantém suas atividades, mas não garante sustentabilidade financeira completa (Revista espacios, 2015). Para a *Insight Pet Consultoria & Gestão*, a capacidade mínima é ilustrada pelo atendimento de quatro clientes com o plano econômico cada cliente demanda 32 horas de consultoria por mês, totalizando 128 horas mensais de dedicação.

A receita mensal estimada varia de R\$ 6.000 a R\$ 8.000, insuficiente para cobrir despesas fixas. Esse nível é considerado ponto de partida operacional, permitindo consolidar processos, fortalecer a marca e construir portfólio, mas sem garantir equilíbrio financeiro.

A capacidade máxima de produção representa o limite operacional da empresa, quando todos os consultores estão atuando com suas agendas completas, totalizando 640 horas mensais. Nesse cenário, a *Insight Pet Consultoria & Gestão* consegue atender 12 a 16 clientes simultaneamente. A receita mensal estimada varia de R\$ 28.000 a R\$ 36.000, com margem líquida estimada entre 35% e 45%, correspondendo a um lucro médio de R\$ 10.000 a R\$ 16.000.

Para atingir a capacidade máxima, a *Insight Pet Consultoria & Gestão* estruturou um plano de expansão progressivo, com o objetivo de dobrar a carteira de clientes a cada três meses até atingir a capacidade máxima, aliado a fortalecimento digital, aprimoramento operacional e capacitação contínua da equipe.

Quadro 7- Síntese Operacional

Cenário	Consultores Ativos	Clientes Atendidos	Horas/Mês	Receita Estimada (R\$)
Capacidade Mínima	2	4	128	7.000
Capacidade Média	3	10	384	21.500
Capacidade Máxima	4	16	640	36.000

Fonte: Autores (2025).

4.6.4 Processos operacionais

Os processos operacionais constituem o conjunto de atividades organizadas e sequenciadas que transformam insumos em produtos ou serviços, garantindo a entrega de valor ao cliente e o cumprimento dos objetivos institucionais. Segundo De França et al. (2023), tais processos representam o núcleo da operação organizacional, pois estruturam as ações necessárias para que uma instituição alcance eficiência, padronização e sustentabilidade operacional. Assim, compreendem rotinas formais, responsáveis diretas pela execução do trabalho e viabilização das estratégias organizacionais. A seção a seguir detalha cada uma das etapas dos processos operacionais da *Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão*.

4.6.4 1. Captação de Clientes

A captação de clientes será realizada por meio de estratégias planejadas e direcionadas especificamente ao público-alvo, composto por micro, pequenos e médios pet shops. O processo incluirá as seguintes ações detalhadas:

- Campanha de marketing digital em redes sociais, produção de conteúdos educativos e envio de e-mails personalizados para gerar e nutrir leads.
- A consultoria também participará de palestras, feiras e workshops do setor pet, promovendo sua expertise e estabelecendo contato direto com potenciais clientes. Além disso, serão firmadas parcerias com fornecedores, distribuidores e associações do segmento, ampliando a visibilidade e as indicações mútuas.
- Por fim, será oferecida uma reunião inicial gratuita de diagnóstico, permitindo compreender as necessidades de cada negócio e apresentar soluções personalizadas, fortalecendo o vínculo e a confiança com os clientes.

4.6.5 Diagnóstico Empresarial

O diagnóstico empresarial tem como objetivo compreender em profundidade o funcionamento do pet shop, identificando seus pontos fortes, fragilidades e oportunidades de melhoria, a fim de subsidiar o planejamento estratégico e a definição de soluções eficazes.

A análise envolve o levantamento de dados financeiros, de marketing, operações, gestão de equipe e atendimento ao cliente, avaliando o desempenho e a eficiência dos processos. Também inclui a identificação de gargalos e desperdícios, além de oportunidades de crescimento, como melhorias operacionais e capacitação da equipe.

Por meio da observação in loco, a consultoria realiza visitas para entender a rotina do negócio, a organização do espaço e o fluxo de atendimento. Complementarmente, são conduzidas entrevistas com gestores e colaboradores, coletando informações sobre estratégias, desafios e percepções internas.

Essas etapas permitem elaborar um retrato detalhado e confiável do empreendimento, fornecendo base sólida para o desenvolvimento de ações assertivas e resultados mensuráveis.

4.6.4.3. Planejamento e Proposta de Soluções

O planejamento e proposta de soluções representam a etapa em que a consultoria transforma o diagnóstico em um plano estratégico personalizado, alinhado às metas e necessidades de cada pet shop. O objetivo é promover melhorias concretas na gestão, eficiência operacional e crescimento do negócio.

Primeiro, são definidas metas de curto, médio e longo prazo, com indicadores claros para acompanhar resultados. Em seguida, a consultoria propõe soluções integradas em áreas como gestão financeira, marketing e vendas, estoque e operações, atendimento ao cliente, capacitação da equipe e digitalização de processos.

Por fim, as propostas são apresentadas em reunião presencial ou virtual, acompanhadas de relatórios, planilhas e cronogramas detalhados. O plano é ajustado conforme o perfil e as condições do cliente, garantindo ações viáveis e resultados mensuráveis.

4.6.6 Implementação das Ações

A implementação das ações é a etapa em que o plano estratégico é colocado em prática, garantindo a execução organizada e eficiente das soluções propostas. Após a aprovação do cliente, a consultoria realiza o alinhamento inicial, prepara os

recursos necessários e inicia o processo de treinamento e capacitação da equipe, com workshops, materiais didáticos e simulações práticas.

Em seguida, são aplicados ajustes operacionais nas áreas de finanças, marketing, estoque e atendimento, utilizando softwares de gestão e ferramentas digitais para otimizar processos e acompanhar resultados. O progresso é monitorado por meio de reuniões periódicas, relatórios de desempenho e feedbacks contínuos, assegurando a correção de desvios e o alcance das metas estabelecidas.

O objetivo dessa fase é garantir melhorias mensuráveis na gestão do pet shop, aumento da produtividade e fortalecimento do relacionamento com os clientes.

4.6.4.5. Monitoramento e Avaliação de Resultados

As etapas de monitoramento e avaliação de resultados garantem que as ações implantadas pela consultoria se mantenham eficazes e sustentáveis a longo prazo.

Após a implementação, são definidos indicadores de desempenho para medir resultados financeiros, operacionais, de marketing e de equipe. Os dados são coletados e analisados periodicamente, gerando relatórios detalhados que permitem identificar avanços, falhas e oportunidades de melhoria. Com base nesses resultados, a consultoria realiza ajustes estratégicos e oferece feedback aos gestores, assegurando alinhamento com os objetivos do pet shop.

A consultoria mantém contato constante com o cliente por meio de reuniões periódicas, acompanhamento digital e programas de fidelização, fortalecendo a parceria e incentivando o aperfeiçoamento constante do negócio. O foco é garantir melhoria contínua, fidelização e crescimento sustentável do pet shop.

4.6.7 Necessidades de pessoal

O planejamento de pessoal em um plano de negócios envolve a definição da quantidade e do perfil dos profissionais necessários para o funcionamento eficiente da empresa, bem como suas funções, competências e responsabilidades. Essa etapa é essencial para organizar a equipe, alinhar os recursos humanos às metas estratégicas, aumentar a produtividade e reduzir custos (Sebrae, 2023).

A necessidade de pessoal da *Insight Pet Consultoria & Gestão* é atendida, inicialmente, pelos quatro sócios que compõem a equipe principal, responsáveis por diferentes áreas estratégicas da empresa: gestão, marketing, vendas e inovação.

Essa estrutura permite um gerenciamento integrado das atividades e garante que todas as etapas do atendimento aos clientes sejam acompanhadas de perto pelos próprios fundadores. No entanto, com o crescimento projetado e o aumento da carteira de clientes, prevê-se a necessidade de ampliar a equipe com a contratação de novos consultores e estagiários, voltados ao suporte operacional e à execução dos projetos.

Além disso, a *Insight Pet Consultoria & Gestão* prioriza a capacitação contínua dos sócios e futuros colaboradores, buscando aprimorar competências técnicas e de gestão, assegurando assim a qualidade dos serviços e a sustentabilidade do negócio.

A *Insight Pet Consultoria & Gestão* optará por não realizar contratações para os cargos de Gerente Financeiro e Administrativo, Gerente Operacional, Gerente de Marketing e vendas Gerente de inovação. Essas funções serão desempenhadas diretamente pelos sócios da empresa, que assumem a gestão integrada de todas as áreas. O Quadro apresenta as principais funções, atribuições e qualificações de cada sócio na administração e no funcionamento da consultoria.

Quadro 8– Necessidades de Pessoal - Insight Pet Consultoria & Gestão

Nome	Cargo	Funções Principais
Alonso Oliveira	Gerente Operacional	Coordena operações internas e atendimento a clientes, organiza agenda de serviços, reuniões e workshops, supervisiona processos dos pet shops e garante eficiência e cumprimento de normas.
Bianca Bichiarov	Gerente Administrativo e Financeiro	Supervisiona operações financeiras e administrativas, elabora orçamentos, gerencia pagamentos e recebimentos, controla ativos e coordena equipes garantindo excelência operacional.
Mariana Ramos	Gerente de Marketing e Vendas	Planeja e executa estratégias de marketing e vendas, cria campanhas, prospecta e fideliza clientes, gerencia equipe de vendas e garante comunicação clara da proposta de valor da empresa.
Yasmin Rezende	Gerente de Inovação	Planeja e lidera projetos de inovação, identifica tendências de mercado, coordena equipes multidisciplinares, desenvolve parcerias e gerencia processos de inovação.

Fonte: Autores (2025).

4.7 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é uma das etapas fundamentais de um plano de negócios, pois descreve detalhadamente a estrutura econômica do empreendimento, apresentando projeções de receitas, despesas, investimentos, fluxo de caixa e indicadores de rentabilidade. Ele tem como finalidade avaliar a viabilidade financeira do projeto, orientar a tomada de decisões e oferecer suporte ao controle e à sustentabilidade do negócio. Segundo Sidônio (2007), o plano financeiro fornece ao empreendedor uma visão clara dos fatos econômicos e financeiros, permitindo uma gestão mais eficiente e estratégica.

4.7.1 – Estimativa dos Investimentos Fixos

A tabela 2 demonstra os investimentos fixos da *Insight Pet Consultoria & Gestão* que refletem em uma abordagem estratégica e altamente eficiente, totalizando um valor modesto de R\$ 2.000,00\$. Esta estrutura é deliberadamente enxuta, caracterizando o modelo de negócio como ativo leve, o que minimiza a imobilização de capital. O montante está integralmente alocado no Site da consultoria. Este ativo, apesar de ser o único imobilizado, é o pilar fundamental para a estratégia de posicionamento digital e credibilidade. A alocação de capital em ativos intangíveis de comunicação válida a premissa de que o principal valor do negócio reside no capital intelectual e na gestão da marca, e não em infraestrutura física tradicional.

Tabela 02: Investimento fixo

Investimento fixo

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Site	1	2.000,00	2.000,00	100,00
Total			2.000,00	100,00

Fonte: Autores (2025).

4.7.2 – Capital de Giro

O Capital de Giro (CG) demonstrado na tabela 3, é o financiamento essencial para o ciclo operacional da consultoria. A *Insight Pet Consultoria & Gestão* exibe uma performance de liquidez notável, com um Ciclo Financeiro de apenas 7 dias. Este indicador, substancialmente inferior à média de setores com estoque, confirma uma capacidade superior de conversão de vendas em caixa. A Necessidade de Capital de Giro (NCG) projetada é de R\$ 16.529,03\$, dimensionada para cobrir os desembolsos durante o período de Giro de Caixa Anual de 51,43 dias.

Adicionalmente, o plano incorpora uma Reserva Financeira de R\$ 9.000,00\$. Essa reserva é uma medida de prudência financeira, atuando como um “*buffer*” (termo em inglês para o dinheiro usado para manter a liquidez mitigando riscos operacionais em casos de inadimplência ou atrasos nos recebimentos, garantindo a continuidade operacional e a estabilidade do fluxo de caixa).

Tabela 3- Capital de Giro
Prazos Médios de Recebimento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
15 dias	15	100.00
Total	15	100.00

Prazos Médios de Pagamento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	20.00
30 dias	24	80.00
Total	24	100.00

Resultados

Ciclo Financeiro	6 dias
Prazo Médio de Estoque	15 dias
Prazo Médio de Recebimento	15 dias
Prazo Médio de Pagamento	24 dias

Fonte: Autores (2025).

Tabela 4- Capital de Giro Anual

Giro de Caixa Anual	60.00 dias
Necessidade de Capital de Giro	R\$ 15.453,46
Desembolso Anual	R\$ 387.207,42
Reserva Financeira	R\$ 9.000,00

Fonte: Autores (2025).

4.7.3 – Investimentos Pré-Operacionais

Os investimentos pré-operacionais demonstrado na tabela 5, totalizam R\$ 2.750,00\$, representam o capital inicial indispensável para a formalização e lançamento do negócio. A maior parte deste dispêndio está concentrada em rubricas essenciais para a sustentação institucional: Criação e registro da marca (R\$ 800,00\$) e Gastos de legalização e Taxas/Licenças (R\$ 1.350,00\$). O investimento em Marketing para inauguração (R\$ 600,00\$) é estratégico, assegurando a imediata visibilidade no mercado-alvo e estabelecendo a base para o início da captação de receitas, validando a preocupação com o *start-up* operacional legal e mercadológico.

Tabela 5- Investimento pré-operacional

Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Criação e registro da marca	800,00	29.09
Gastos de legalização	650,00	23.64
Marketing para inauguração	600,00	21.82
Taxas e licenças	700,00	25.45
Total	2.750,00	100.00

Fonte: Autores (2025).

4.7.4 – Investimento Total

O Investimento Total inicial demonstrado na tabela 6, é de R\$ 21.383,35\$. A estrutura de aplicação é fortemente inclinada ao financiamento do curto prazo (Capital de Giro representando 77,79%), o que é coerente com o modelo de serviços. A solidez financeira é confirmada pela estrutura de fontes de recursos: o total de capital próprio integralizado pelos sócios é de R\$ 40.000,00. A suficiência do capital próprio em relação ao investimento total gera um Capital de Giro Líquido (CGL) de aproximadamente R\$ 18.616,65. Este saldo positivo elimina a necessidade de alavancagem financeira (empréstimos) no estágio inicial, conferindo à *Insight Pet Consultoria & Gestão* uma solvência e liquidez imediata excepcionais.

Tabela 6- Investimento Total

Investimento Total			
Aplicação de Recursos			
Fontes de Recursos			
Descrição	Valor (R\$)	%	
Yasmin Rezende	10.000,00	25.00 %	
Mariana Ramos	10.000,00	25.00 %	
Bianca Bichiarov	10.000,00	25.00 %	
Alonso Oliveira	10.000,00	25.00 %	
Total	40.000,00	100.00	

Fonte: Autores (2025).

Tabela 7- Total dos investimentos

Total dos investimentos			
Descrição	Valor (R\$)	%	
Investimentos fixos	2.000,00	9.35	
Investimentos pré-operacionais	2.750,00	12.86	
Estoque inicial	0,00	0.00	
Capital de giro	16.633,349	77.79	
Total	21.383,349	100.00	

Fonte: Autores (2025).

Gráfico 2- Aplicação de Recursos.

Gráficos

Aplicação de Recursos



Fonte: Autores (2025).

Gráfico 3- Fonte de Recursos

Fontes de Recursos



Fonte: Autores (2025).

4.7.5 – Estimativa do Faturamento Mensal

A estimativa de faturamento para o primeiro mês demonstrado na tabela 8, é de R\$ 27.841,20\$, com uma projeção de crescimento de 9,5% ao mês nos 12 meses iniciais. O foco na oferta de alto valor, "Plano Completo 56 horas" (62,26% da receita), demonstra um claro posicionamento de mercado. A taxa de crescimento é robusta e sustentável, uma vez que a baixa NCG (Seção 4.7.2) permite que a expansão da receita seja financiada predominantemente pelo próprio caixa gerado. A projeção de Receita Anual de R\$ 577.765,52 é a base para a alta rentabilidade do projeto.

Tabela 8- Receita

Receita

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Gestão de Marketing 12 horas	Serviço	1	336,00	336,00	1.21
Gestão de Marketing 18 horas	Serviço	1	432,00	432,00	1.55
Gestão de Marketing 8 horas	Serviço	3	256,00	768,00	2.76
Gestão de Processos 12 horas	Serviço	2	372,00	744,00	2.67
Gestão de Processos 18 horas	Serviço	3	468,00	1.404,00	5.04
Gestão de Processos 8 horas	Serviço	1	280,00	280,00	1.01
Gestão Financeira e Contábil 12 horas	Serviço	2	384,00	768,00	2.76
Gestão Financeira e Contábil 18 horas	Serviço	1	522,00	522,00	1.88
Gestão Financeira e Contábil 8 horas	Serviço	1	280,00	280,00	1.01
Gestão Logística 12 horas	Serviço	1	384,00	384,00	1.38
Gestão Logística 18 horas	Serviço	2	504,00	1.008,00	3.62
Gestão Logística 8 horas	Serviço	1	280,00	280,00	1.01
Plano Completo 24 horas	Serviço	2	986,40	1.972,80	7.09
Plano Completo 36 horas	Serviço	1	1.328,40	1.328,40	4.77

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Plano Completo 56 horas	Serviço	10	1.733,40	17.334,00	62.26
Total		-		27.841,20	100.00

Fonte: Autores (2025).

Tabela 9- Projeção da receita

Projeção da Receita

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 9.5%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	27.841,20
Mês 2	30.486,114
Mês 3	33.382,295
Mês 4	36.553,613
Mês 5	40.026,206
Mês 6	43.828,696
Mês 7	47.992,422
Mês 8	52.551,702
Mês 9	57.544,114
Mês 10	63.010,804
Mês 11	68.996,831
Mês 12	75.551,53

Totais anuais

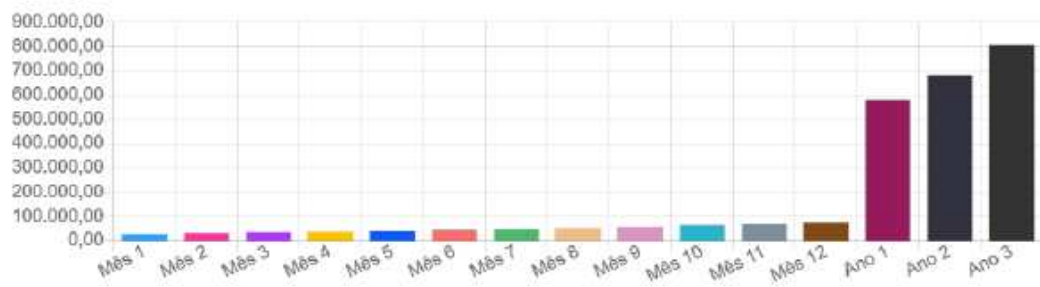
Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 18%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	577.765,525

Fonte: Autores (2025).

Gráfico 04- Evolução da Receita

Evolução da receita



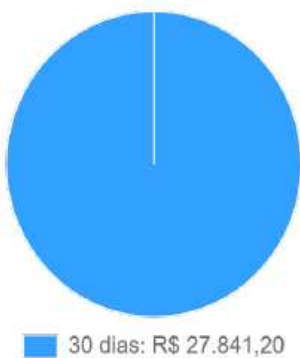
Top 5 Geração de receita: Produtos e Serviços



Fonte: Autores (2025).

Gráfico 5- Receita de acordo com parcelamento

Receita de acordo com parcelamento



Fonte: Autores (2025).

4.7.6 – Estimativa do Custo Unitário de Matéria-Prima, Materiais Diretos e Terceirizações

O principal custo variável direto da *Insight Pet Consultoria & Gestão* demonstrado nas tabelas abaixo é o Transporte, com custo unitário médio de R\$ 35,00\$ por viagem. A ausência de custos significativos com matéria-prima ou estoque reforça o modelo de negócio centrado em capital intelectual. O custo é perfeitamente quantificável e relacionado à entrega do serviço, garantindo que o Custo do Serviço Vendido (CSV) seja rastreável e que a precificação de cada serviço maximize a Margem de Contribuição Bruta.

Tabela 10: Custos dos produtos e serviços

Custos dos Produtos e Serviços

Serviços

Gestão de Marketing 12 horas					Preço de venda: R\$ 336,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	2	viagens	35,00	100,00	R\$70,00
Total				100	70,00

Gestão de Marketing 18 horas					Preço de venda: R\$ 432,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	3	viagens	35,00	100,00	R\$105,00
Total				100	105,00

Gestão de Marketing 8 horas					Preço de venda: R\$ 256,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	2	viagens	35,00	100,00	R\$70,00
Total				100	70,00

Gestão de Processos 12 horas					Preço de venda: R\$ 372,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	2	viagens	35,00	100,00	R\$70,00
Total				100	70,00

Gestão de Processos 18 horas					Preço de venda: R\$ 468,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	3	transporte	35,00	100.00	R\$105.00
Total				100	105,00

Gestão de Processos 8 horas					Preço de venda: R\$ 280,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	2	viagens	35,00	100.00	R\$70.00
Total				100	70,00

Gestão Financeira e Contábil 12 horas					Preço de venda: R\$ 384,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	2	viagens	35,00	100.00	R\$70.00
Total				100	70,00

Gestão Financeira e Contábil 18 horas					Preço de venda: R\$ 522,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	3	viagens	35,00	100.00	R\$105.00
Total				100	105,00

Gestão Financeira e Contábil 8 horas					Preço de venda: R\$ 280,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	2	transporte	35,00	100.00	R\$70.00
Total				100	70,00

Gestão Logística 12 horas					Preço de venda: R\$ 384,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	2	viagens	35,00	100.00	R\$70.00
Total				100	70,00

Gestão Logística 18 horas					Preço de venda: R\$ 504,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	3	viagens	35,00	100,00	R\$105,00
Total				100	105,00

Gestão Logística 8 horas					Preço de venda: R\$ 280,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	2	viagens	35,00	100,00	R\$70,00
Total				100	70,00

Plano Completo 24 horas					Preço de venda: R\$ 986,40
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	6	viagens	35,00	100,00	R\$210,00
Total				100	210,00

Plano Completo 36 horas					Preço de venda: R\$ 1.328,40
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	9	viagens	35,00	100,00	R\$315,00
Total				100	315,00

Plano Completo 56 horas					Preço de venda: R\$ 1.733,40
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	13	viagens	35,00	100,00	R\$455,00
Total				100	455,00

Fonte: Autores (2025).

4.7.7 – Estimativa dos Custos de Comercialização

Os custos de comercialização (variáveis) demonstrado na tabela abaixo, totalizam 23,00% da receita bruta, sendo compostos por Transporte 10,00% e Impostos Federais (Simples Nacional, 13,00%). A indexação desses custos à receita garante que a Margem de Contribuição Bruta seja preservada à medida que o volume de vendas aumenta. A alocação de 10,00% para o transporte é uma validação da estratégia de prospecção ativa e presencial, crucial para construir relacionamentos de confiança no mercado B2B de consultoria.

Tabela 11- Custos variáveis

Custos Variáveis

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
transporte	27.841,20	10.00	2.784,12
Total			2.784,12

Impostos

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Simplex	27.841,20	13.00	3.619,356
Total			3.619,356

Projeção dos Custos Variáveis

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 3.5%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	6.403,476
Mês 2	6.627,598
Mês 3	6.859,564
Mês 4	7.099,648
Mês 5	7.348,136
Mês 6	7.605,321
Mês 7	7.871,507
Mês 8	8.147,01
Mês 9	8.432,155

Descrição	Valor (R\$)
Mês 10	8.727,28
Mês 11	9.032,735
Mês 12	9.348,881

Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 8%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	93.503,311

4.7.8 – Apuração do Custo dos Materiais Diretos e/ou Mercadorias Vendidas (CSV)

O Custo dos Serviços Vendidos (CSV) demonstrado na tabela abaixo, no primeiro mês é de R\$ 6.860,00. Este montante é diretamente proporcional ao volume de serviços prestados e reflete o custo direto de entrega. A projeção do CSV está alinhada com o crescimento de 9,5% ao mês na receita, mantendo a estrutura de custos variáveis unitários e assegurando a escalabilidade da Margem de Contribuição.

Tabela 12- Custos dos produtos, mercadorias e Serviços vendidos.

Custo dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos

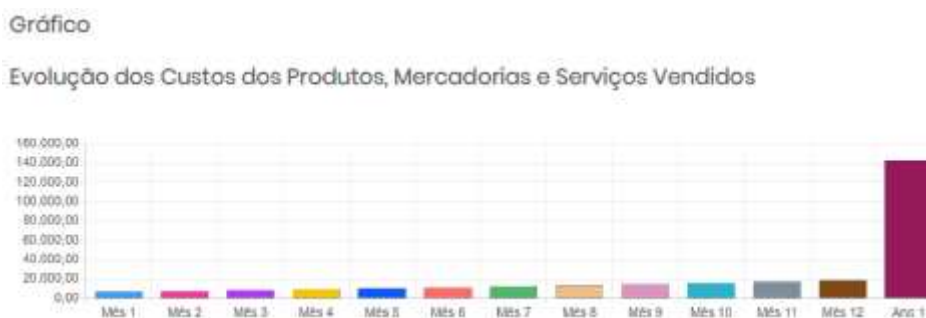
Descrição	Custo un. (R\$)	Quant.	Custo total (R\$)	%
Gestão de Marketing 12 horas	70,00	1	70,00	1.02
Gestão de Marketing 18 horas	105,00	1	105,00	1.53
Gestão de Marketing 8 horas	70,00	3	210,00	3.06
Gestão de Processos 12 horas	70,00	2	140,00	2.04
Gestão de Processos 18 horas	105,00	3	315,00	4.59
Gestão de Processos 8 horas	70,00	1	70,00	1.02
Gestão Financeira e Contábil 12 horas	70,00	2	140,00	2.04
Gestão Financeira e Contábil 18 horas	105,00	1	105,00	1.53
Gestão Financeira e Contábil 8 horas	70,00	1	70,00	1.02
Gestão Logística 12 horas	70,00	1	70,00	1.02
Gestão Logística 18 horas	105,00	2	210,00	3.06
Gestão Logística 8 horas	70,00	1	70,00	1.02
Plano Completo 24 horas	210,00	2	420,00	6.12
Plano Completo 36 horas	315,00	1	315,00	4.59
Plano Completo 56 horas	455,00	10	4.550,00	66.33
Total			6.860,00	100.00

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	6.860,00
Mês 2	7.511,70
Mês 3	8.225,312
Mês 4	9.006,716
Mês 5	9.862,354
Mês 6	10.799,278
Mês 7	11.825,209
Mês 8	12.948,604
Mês 9	14.176,721
Mês 10	15.525,70
Mês 11	17.000,641
Mês 12	18.615,702
Totais anuais	
Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 18%	

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	142.359,937

Fonte: Autores (2025).

Gráfico 6- Evolução dos custos dos produtos, mercadorias e Serviços vendidos.



Fonte: Autores (2025).

4.7.9 – Estimativa dos Custos com Mão de Obra

Os custos fixos com mão de obra estão restritos ao Pró-labore fixo (R\$ 8.000,00) e seus Encargos Sociais (R\$ 880,00), totalizando R\$ 8.880,00 (como demonstrado na tabela do tópico 4.7.11). A ausência de salários fixos adicionais no início da operação sugere uma estrutura operacional altamente eficiente, onde a consultoria técnica pode ser executada pelos próprios sócios ou terceirizada, minimizando o Ponto de Equilíbrio Operacional e os custos de estrutura.

4.7.10 – Estimativa do Custo com Depreciação

O custo fixo com depreciação é, inicialmente, nulo R\$ 0,00, uma vez que o principal ativo fixo é o Site (ativo intangível), que não foi contabilizado para depreciação neste cálculo. Essa ausência contribui para um Ponto de Equilíbrio Contábil reduzido (Seção 4.7.13.1) e melhora o resultado operacional, embora a gestão reconheça a necessidade de prever um fundo de amortização para a renovação tecnológica futura.

4.7.11 – Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais

Os Custos Fixos Operacionais Totais demonstrado na tabela abaixo, são de R\$ 11.684,16 no primeiro mês. O Pró-labore e seus encargos representam a maior parcela (75,99%), o que é típico de empresas de serviços que investem na remuneração da alta gestão. A projeção de crescimento de apenas 2% ao mês nos

custos fixos, em contraste com a projeção de crescimento de 9,5% na receita, garante uma alavancagem operacional favorável, onde o aumento da receita se traduz em um crescimento exponencialmente maior do lucro.

Tabela 13- Custos fixos

Custos Fixos

Descrição	Valor total	Porcentagem
Depreciação		
Encargos sociais sobre pró-labore	880,00	7.53
Encargos sociais sobre salários		
Honorários contábeis	1.200,00	10,27
Licença Site	4,16	0,04
Manutenção Site	400,00	3,42
Marketing e propaganda	600,00	5,13
Pró-labore	8.000,00	68,47
Salários e Benefícios		
Seguros	600,00	5,13
Total	11.684,16	100,00

Projeção dos Custos Fixos

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

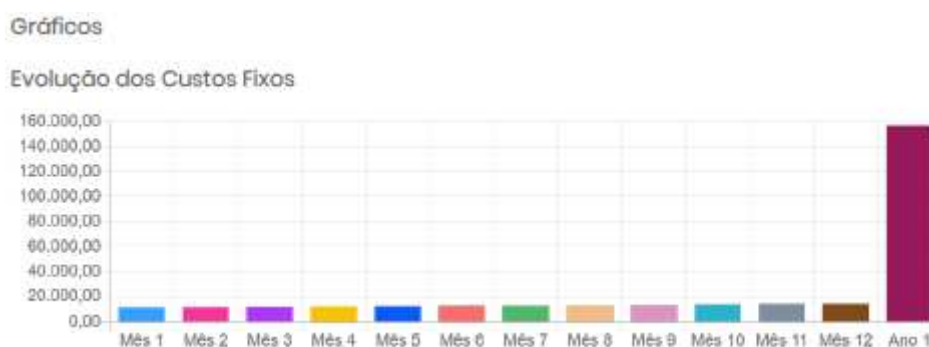
Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 2%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	11.684,16
Mês 2	11.917,843
Mês 3	12.156,20
Mês 4	12.399,324
Mês 5	12.647,311

Descrição	Valor (R\$)
Mês 6	12.900,257
Mês 7	13.158,282
Mês 8	13.421,427
Mês 9	13.689,856
Mês 10	13.963,853
Mês 11	14.242,926
Mês 12	14.527,784
Totais anuais	
Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 4%	
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	156.709,002

Fonte: Autores (2025).

Gráfico 7- Evolução dos custos fixos



Fonte: Autores (2025).

4.7.12 – Demonstrativo de Resultados (DRE)

O Demonstrativo de Resultados da tabela 14, demonstra a rentabilidade desde o primeiro mês. Com uma Margem de Contribuição de 52,36% (R\$14.577,72), a consultoria gera recursos mais do que suficientes para cobrir os Custos Fixos (R\$ 11.684,16). O Resultado Operacional (Lucro) de R\$ 2.893,56 no primeiro mês atesta a viabilidade imediata do modelo de negócio. A alta Margem de Contribuição é o principal fator de sustentação do crescimento e da rentabilidade projetada.

Tabela 14- Demonstrativo de Resultados

DRE

1. Receita Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	0,00	0.00
Vendas à Prazo	27.841,20	100.00
Total	27.841,20	100.00

2. Custos Variáveis Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos de Vendidos	0,00	0.00
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	0,00	0.00
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	8.860,00	24.64
Impostos Federais	3.619,36	13.00
transporte	2.784,12	10.00
Total	13.263,48	47.64

3. Margem de Contribuição

	Valor (R\$)	%
Total	14.577,72	52.36

4. Custos Fixos Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
Pró-labore	8.000,00	28.73
Encargos sociais sobre pró-labore	880,00	3.16
Salários e Benefícios	0,00	0.00
Encargos sociais sobre salários	0,00	0.00
Seguros	600,00	2.15
Depreciação	0,00	0.00
Honorários contábeis	1.200,00	4.31
Marketing e propaganda	600,00	2.15
Licença Site	4,16	0.01
Manutenção Site	400,00	1.44
Total	11.684,16	41.97

5. Resultado Operacional

	Valor (R\$)	%
Total	2.893,56	10.39

Projeção da DRE

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	2.893,56
Mês 2	4.428,973
Mês 3	6.141,22
Mês 4	8.047,924
Mês 5	10.168,405
Mês 6	12.523,84
Mês 7	15.137,444
Mês 8	18.034,661
Mês 9	21.243,381
Mês 10	24.794,171

Descrição	Valor (R\$)
Mês 11	28.720,528
Mês 12	33.059,162

Totais anuais

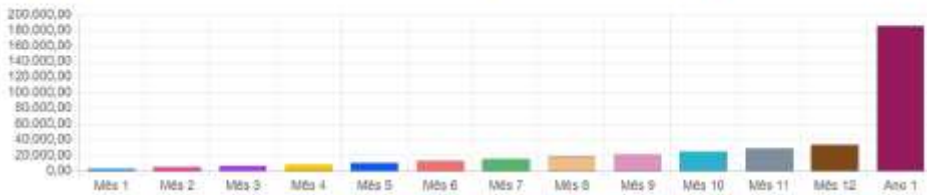
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	185.193,275

Fonte: Autores (2025).

Gráfico 8- Evolução dos custos dos produtos, mercadorias e serviços vendidos.

Gráficos

Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



Fonte: Autores (2025).

4.7.13 – Indicadores de Viabilidade

A análise dos indicadores finais corrobora a atratividade do investimento, com base no Resultado Anual projetado de R\$ 185.193,00. Assim demonstrado na tabela 15.

Tabela 15- Indicadores Financeiros

Indicadores Financeiros

Resumo Financeiro

Descrição	
Receita Anual	R\$ 577.765,52
Custos Variáveis	-R\$ 235.863,25
Margem de Contribuição	R\$ 341.902,27
Custos Fixos	-R\$ 156.709,00
Resultado	R\$ 185.193,00
Lucratividade Anual	32.05 %

Fonte: Autores (2025).

4.7.14 – Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio (PE) Contábil/Financeiro demonstrado na tabela 16, é de R\$ 264.800,61 (anual). Este valor representa apenas 45,84% da Receita Anual projetada, resultando em uma Margem de Segurança de 54,16%. Esta ampla margem de segurança minimiza o risco operacional. O PE Econômico é de R\$ 508.126,06 (anual), que é o faturamento necessário para atingir o Lucro Desejado. Como a Receita Anual projetada o supera, a viabilidade econômica do projeto é plenamente confirmada.

Tabela 16- Pontos de Equilíbrio

Pontos de Equilíbrio

Lucro Desejado: R\$ 144.000,00

Descrição	
PE Contabil	R\$ 264.800,61
PE Financeiro	R\$ 264.800,61
PE Econômico	R\$ 508.126,06

Fonte: Autores (2025)

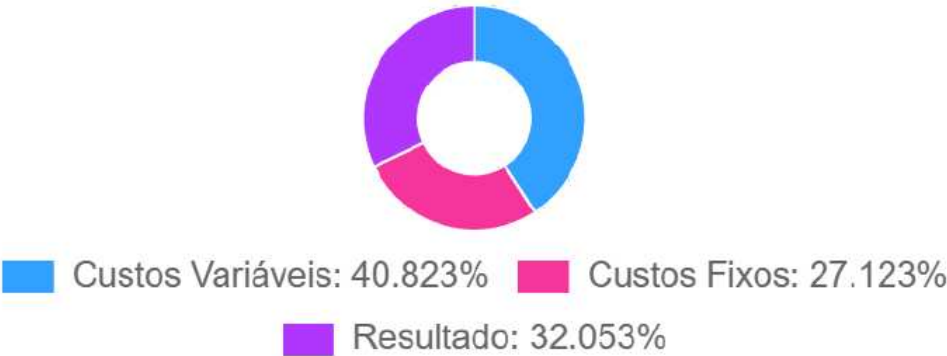
4.7.15 – Lucratividade

A Lucratividade Anual demonstrada no gráfico 9 é de 32,05% um indicador de performance financeira de alto nível. Este percentual significa que a *Insight Pet Consultoria & Gestão* é altamente eficiente na conversão de sua receita em lucro líquido, superando amplamente as médias de mercado e confirmando o alto valor agregado dos serviços de consultoria.

Gráfico 9- Indicador de Lucratividade

Gráficos

Indicador de Lucratividade



Fonte: Autores (2025).

4.7.16 – Rentabilidade

A Rentabilidade Anual demonstrado na tabela 17 é de 866,06% (Lucro Anual sobre o Investimento Total) é um índice extraordinário. Ele demonstra que o capital investido gera um retorno massivo, validando a excelência na eficiência de alocação de capital e a capacidade de gerar riqueza em um curto horizonte de tempo.

Tabela 17- Outros Indicadores

Outros Indicadores

Descrição	
Payback Simples	4 meses
Rentabilidade Anual	866.06 %

Fonte: Autores (2025).

4.7.17 – Prazo de Retorno do Investimento

O Prazo de Retorno do Investimento (*Payback Simples*) é de apenas 4 meses (Seção 4.7.13.3). Este é um indicador de risco e liquidez extremamente favorável. Um período de recuperação tão curto garante o rápido reingresso do capital dos sócios e permite o rápido reinvestimento para futuras expansões, tornando a *Insight Pet Consultoria & Gestão* uma oportunidade de investimento de baixo risco e alta atratividade.

5 SUBPROJETO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E/OU SUSTENTABILIDADE

A Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria reconhece a importância de alinhar sua atuação empresarial a práticas que contribuam para o desenvolvimento social e o bem-estar animal. Por isso, a empresa propõe implementar um programa de parcerias solidárias com seus clientes, voltado à arrecadação de rações, itens de higiene e produtos de saúde animal.

A iniciativa consiste em criar campanhas conjuntas com pet shops, clínicas veterinárias e demais parceiros do setor pet, incentivando a doação de suprimentos essenciais para ONGs e protetores independentes que atuam no resgate e cuidado

de animais em situação de vulnerabilidade e que não recebem apoio governamental. A consultoria atuará na organização, divulgação e logística de entrega das doações, garantindo transparência e engajamento em todas as etapas.

Além de representar um compromisso ético e solidário, essa ação fortalece a imagem institucional da consultoria e de seus parceiros, ao demonstrar sensibilidade social e comprometimento com causas relevantes. A proposta também contribui para a criação de valor compartilhado, conceito defendido por Porter e Kramer (2011), segundo o qual as empresas podem gerar benefícios econômicos enquanto promovem avanços sociais e ambientais. Assim, a Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria se posiciona como uma organização que alia desempenho econômico à responsabilidade social, ampliando sua credibilidade e diferencial competitivo no mercado.

A responsabilidade socioambiental empresarial envolve o compromisso das organizações com práticas éticas, a preservação ambiental e o bemestar social, buscando integrar objetivos econômicos com os impactos no meio ambiente e na comunidade. Assim, ao assumir esse papel, a empresaconsultoria reforça sua função de agente de transformação social, estimulando no setor pet a adoção de cuidados com os animais e o consumo responsável (IDeSG, 2023).

Por fim, o projeto contribui também para o fortalecimento do relacionamento com os clientes, uma vez que promove o engajamento conjunto em uma causa de alto valor social. Essa integração gera maior identificação dos consumidores com a marca e consolida um posicionamento de mercado baseado em empatia, ética e propósito.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste plano de negócios teve como objetivo estruturar e analisar a viabilidade da Insight Pet Consultoria & Gestão Consultoria & Gestão, uma empresa voltada ao crescimento, desenvolvimento e gestão estratégica de pet shops e empreendimento do setor pet. A elaboração do plano permitiu compreender de forma ampla o funcionamento desse segmento, bem como suas oportunidades, desafios e tendências de mercado.

Com base na pesquisa realizada, observou-se que o mercado pet brasileiro apresenta crescimento contínuo, impulsionado pela humanização dos animais de estimação e pela busca por serviços de maior qualidade. Nesse contexto, a Insight

Pet Consultoria & Gestão surge como uma proposta inovadora, ao oferecer consultoria personalizada voltada à gestão, marketing, finanças e desenvolvimento organizacional, buscando não apenas a lucratividade, mas também a profissionalização do setor.

O plano financeiro elaborado demonstrou a viabilidade econômica do negócio, evidenciando potencial de rentabilidade e sustentabilidade a médio prazo. Além disso, as estratégias de marketing e posicionamento reforçam a identidade da marca como referência em inovação, eficiência e compromisso com resultados.

Outro ponto de destaque foi a incorporação de ações de responsabilidade social, como o programa de parcerias com clientes para arrecadação de rações e produtos destinados a ONGs e protetores independentes. Essa iniciativa reforça o propósito da empresa de atuar com ética, empatia e responsabilidade socioambiental, alinhando-se às práticas de sustentabilidade corporativa e geração de valor compartilhado.

Conclui-se que a Insight Pet Consultoria & Gestão tem grande potencial de crescimento e consolidação no mercado, por apresentar um modelo de negócio sólido, estrategicamente planejado e socialmente responsável. A aplicação deste plano oferece não apenas um guia prático para implantação do empreendimento, mas também uma contribuição relevante para o fortalecimento e profissionalização do setor pet no Brasil.

Por fim, recomenda-se que a empresa mantenha o monitoramento contínuo de indicadores financeiros e mercadológicos, invista em tecnologia, capacitação e inovação, e preserve seu comprometimento ético e social, garantindo assim sua perenidade e diferenciação competitiva no mercado.

7 REFERÊNCIAS

ABINPET. A alta das taxas de juros impacta negativamente a indústria pet e as famílias brasileiras.

Disponível em: <https://abinpet.org.br/2024/09/a-alta-das-taxas-de-juros-impacta-negativamente-a-industria-pet-e-as-familias-brasileiras/#:~:text=S%C3%A3o%20Paulo%2C%20setembro%20de%202024,que%20possuem%20animais%20de%20estima%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 08 mar. 2025.

ABINPET. Dados do mercado 2024.

Disponível em: https://abinpet.org.br/wp-content/uploads/2024/10/abinpet_apresentacao_dados_mercado_2024_completo_drft5.pdf. Acesso em: 08 mar. 2025.

AEDB. **Consultoria Empresarial: conceitos e práticas.** Disponível em: <https://www.aedb.br/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

AGÊNCIA DO SENADO. (2025). **Brasil tem terceira maior população pet do mundo; veja os projetos do Senado sobre o assunto.** Senado Federal. <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: 25 jul. 2025

AGROPLANNIG. **Setor pet brasileiro cria 2,83 milhões de empregos e ultrapassa 285 mil empresas.** Disponível em: https://www.agroplanning.com.br/2022/07/20/setor-pet-brasileiro-cria-283-milhoes-de-empregos-e-ultrapassa-285-mil-empresas/?utm_source. Acesso em: 08 mar. 2025.

ARAGÃO, Jocileide Freitas; ARAÚJO LEAL COSTA, Samara; ARAÚJO, Silvio da Costa; ANDRADE, Jailza do Nascimento Tomaz. **Importância da Consultoria Empresarial como Ferramenta de Gestão Estratégica em Empresas de Pequeno Porte.** ID on Line. Revista de Psicologia, v. 17, n. 68, p. 114-133, out. 2023. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/3847>. Acesso em: 30 jun. 2025

BAA, R. (2022). **A study on the contribution that a business plan makes to the expansion of a small company.** *International Journal of Professional Business Review*, 7(5), e0585. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i5.e585>. Acesso em: 01 maio. 2025.

BNDES. **A importância do capital de risco para inovação.** Disponível em: <https://blogdodesenvolvimento.bndes.gov.br/blogdodesenvolvimento/detalhe/A-importancia-do-capital-de-risco-para-inovacao/>. Acesso em: 6 nov. 2025.

BRAMBILLA, D. J., & Ferreira, J. de O. (2024). **A NECESSIDADE DA CONSULTORIA EM GESTÃO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.** Revista Universitas da FANORPI, 3(10), 42–67. Acesso em: 02 maio. 2025.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Institui o Código Civil.** Art. 1.052 a 1.087 – da sociedade limitada. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10667987/artigo-1052-da-lei-n-10406-de-10-de-janeiro-de-2002>. Acesso em: 24 fev. 2025.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Classificação Brasileira de Ocupações – CBO.** Brasília: MTE, [s.d.]. Disponível em: <http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/downloads.jsf>. Acesso em: 10 jun. 2025

BUSINESS CONECTION. **Dicas para identificar e entender as necessidades do seu público-alvo.** Disponível em: https://www.businessconnection.com.br/dicas-para-identificar-e-entender-as-necessidades-do-seu-publico-alvo/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 7 mai. 2025.

BUSINESS NEWS DAILY. **Marketing Mix Defined.** 2025. Disponível em: <https://www.businessnewsdaily.com/4799-marketing-mix-defined.html>. Acesso em: 30 ago. 2025.

CORTEX. **Quão importante é o estudo dos concorrentes para uma empresa?**. Disponível em: <https://www.cortex-intelligence.com/blog/inteligencia-de-mercado/estudo-dos-concorrentes>. Acesso em: 23 abr. 2025.

Coser, D. G., Cenci, F., Jaques, R., & Zanella, L. F. T. (2021). **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMO FERRAMENTA DE COMPETITIVIDADE**. Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Videira, 6, e27564–e27564. Acesso em: 22 set. 2025.

Costa, T. D. S. (2022). **EMPREENDEDORISMO: O Plano de Negócios como ferramenta de gestão para o sucesso de pequenas empresas**. <https://repositorio.uemasul.edu.br/server/api/core/bitstreams/a993f955-20cb-407b-869f-56b4235b2593/content>. Acesso em: 10 maio. 2025.

CRUZ, Adriana Letícia Correa; CHAVES, Anderson Guilherme Carvalho; SILVA, Angélica Carrilo Arenque da; SAMPAIO, Geovanna da Silva. **Mercado pet: a tendência de Santos na qualidade de vida dos animais domésticos**. In: *Anais do Congresso Brasileiro de Engenharia de Produção – CONBREPRO*, 2022. p. 5. Disponível em: https://aprepro.org.br/conbrepro/anais/arquivos/09262022_210950_63324a162566d.pdf. Acesso em: 15 jun. 2025.

DE FRANÇA, A. P. et al. **Análise da gestão por processos para alcançar a eficiência organizacional**. *Ambiente – Revista de Gestão, Sustentabilidade e Responsabilidade*, Boa Vista, v. 13, n. 3, p. 132–149, 2023.

DIARIODOCOMÉRCIO. **Escassez de talentos segue em alta no País e 81% dos empregadores relatam dificuldades na contratação**. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/gestao/escassez-de-talentos-segue-em-alta-no-pais-e-81-dos-empregadores-relatam-dificuldades-na-contratacao>. Acesso em: 19 mar. 2025

FERREIRA, A. V. S. (2016). **ELEMENTOS DE ARTICULAÇÃO: MISSÃO, VISÃO, VALORES E A IDENTIDADE ORGANIZACIONAL**. REVISTA EDUICEP, 1(1). <https://www.icepsc.com.br/ojs/index.php/eduicep/article/view/129>. Acesso em: 10 Mar.2025.

FM2S. **Capacidade de produção: como gerenciar e otimizar sua operação**. 2023. Disponível em: <https://www.fm2s.com.br/blog/capacidade-de-producao-como-gerir>. Acesso em: 12 out. 2025.

FONSECA, Jéssica Carolina. **Proposta de modelo de gestão da inovação para micro e pequenas empresas: aplicação do radar da inovação**. 2020. 63 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia de Produção) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Ponta Grossa, 2020. Disponível em: <https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/25063/1/propostamodelogestaoinovacao.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2025.

GOHR, Cláudia Fabiana; SANTOS, Luciano Costa; BURIN, Cândice Belmiro; MARQUES, Marcela dos Santos; ARAI, Renata Mayumi. **Recursos estratégicos e vantagem competitiva: aplicação do modelo VRIO em uma organização do setor sucroalcooleiro**. *Revista Gestão Organizacional*, Chapecó, v. 4, n. 1, p. 49-70, jan./jun. 2011. DOI:10.22277/rgo.v4i1.879. Disponível em:

<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/view/879>. Acesso em: 6 nov. 2025.

GOV.BR. Ministério do Trabalho e Emprego. **Classificação Brasileira de Ocupações: BRASIL. S.D.) – Portaria nº 397, de 9 de outubro de 2002**. Brasília, DF: MTE, 2002. Atualizado em 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/assuntos/Brasil.s.d.>. Acesso em: 4 nov. 2025.

GREGGIO, Michelly Cogo; JARONSKI, Priscilla Garbelini. **Plano de negócios como ferramenta nas organizações**. Faculdade Sant'Ana em Revista, Ponta Grossa, v. 4, n. 1, p. 74-87, dez. 2020. Disponível em: <https://www.iessa.edu.br/revista/index.php/fsr/article/view/1264>. Acesso em: 01 jun.2025.

HUBSPOT BLOG. **4 Ps of Marketing**. 2025. Disponível em:<https://blog.hubspot.com/marketing/4-ps-of-marketing>. Acesso em: 30 abr.2025.

IBGE, I. B. de G. e E.-. (2022). **Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo**. Agencia IBGE de Noticias. <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/22649-demografia-das-empresas-e-estatisticas-de-empreendedorismo.html>. Acesso em: 01 junho. 2025.

IDeSG. **Responsabilidade socioambiental nas empresas: por que você deve se preocupar?** Disponível em: <https://idesg.org.br/2023/12/07/responsabilidade-socioambiental-nas-empresas-por-que-voce-deve-se-preocupar/>. Acesso em: 02 nov. 2025.

INFO MONEY. **Como montar um plano de negócios e um Business Model Canvas**. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/guias/o-que-e-plano-de-negocios-e-business-model-canvas/>. Acesso em: 01 mar.2025.

INVESTOPEDIA. **Marketing Mix**. 2025. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing-mix.asp>. Acesso em: 06 abr. 2025.

IPB, I. P. B.-. (2024). **Instituto Pet Brasil**. <https://www.institutopetbrasil.com/noticias>. Acesso em: 05. Abr.2025.

MORDOR INTELLIGENCE. (2024, janeiro 22). **Serviço de consultoria Tamanho do Mercado**. <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/consulting-service-market>. Acesso em: 08 mar. 2025.

MORDORINTELLIGENCE. **Tamanho do mercado de serviços de consultoria e análise de ações – Tendências e previsões de crescimento (2024 – 2029)**. Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/consulting-service-market>. Acesso em: 08 mar. 2025.

NETO, José Nunes. A IMPORTÂNCIA DA CONSULTORIA NAS EMPRESAS. **INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA**, Fortaleza, v. 09, n. 207, p. 13, nov./2016. Disponível em: https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo_online_pdf-_artigo__1.pdf?utm_source. Acesso em: 26 abr. 2025.

NOVAES, A. G. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização, operação e controle**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007. p.

8. Disponível em: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3565/3565_3.PDF. Acesso em: 06 nov. 2025.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Manual de consultoria empresarial: conceitos, metodologia, práticas**. São Paulo: Atlas, 1999. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/001040505>. Acesso em: 4 nov. 2025.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation: inovação em modelos de negócios**. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. Disponível em: <https://altabooks.com.br/produto/business-model-generation/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

PETBR. **Mercado pet no Brasil tem expansão e potencial para novos negócios**. PetBR, 2025. Disponível em: <https://www.petbr.com.br/noticias/mercado-pet-no-brasil-tem-expansao-e-potencial-para-novos-negocios.html>. Acesso em: 21 out. 2025.

Quintela, H. M. (1996). **Manual De Psicologia Organizacional Da Consultoria**. Makron Books.
REVISTA ESPACIOS. **Gestión de la capacidad productiva en servicios**. v. 36, n. 23, 2015. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a15v36n23/15362320.html>. Acesso em: 12 out. 2025.

ROCK CONTENT. **O que são os 4 Ps do Marketing?** 2025. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-sao-4-ps-do-marketing>. Acesso em: 10 out. 2025.

SALTO. **5 forças de Porter: o que são e como podem ser usadas nas empresas**. Disponível em: <https://www.santander.pt/salto/5-forcas-de-porter>. Acesso em: 30 abr. 2025.

SANTANDER (... , Equipe). **Simples Nacional: o que é e como funciona?** [S.l.]: Banco Santander, 28 nov. 2024. Disponível em: <https://www.santander.com.br/blog/simples-nacional-como-funciona>. Acesso em: 01 jun. 2025.

SANTANDER. **As 5 forças de Porter**. Disponível em: <https://www.santander.pt/salto/5-forcas-de-porter>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SEBRAE – **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Um plano de marketing**. São Paulo: SEBRAE, [s.d.]. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MG/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Plano%20de%20Marketing.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2025.

SEBRAE SANTA CATARINA. **Plano de marketing: guia completo para criar o seu**. Blog SEBRAE SC, 23 nov. 2023. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/plano-de-marketing-guia-completo-para-criar-o-seu>. Acesso em: 6 nov. 2025.

SEBRAE, S. B. de A. às M. e P. E.-. (2023). **Como usar indicadores de viabilidade para estruturar meu negócio?** - Sebrae.

<https://Sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-usar-indicadores-de-viabilidade-para-estruturar-meu-negocio,008556ebb1996810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SEBRAE, S. B. de A. às M. e P. E.-. (2025). **Confira os grandes números dos pequenos negócios no Brasil**—Sebrae. ASN Nacional - Agência Sebrae de Notícias. <https://agenciaSebrae.com.br/dados/confira-os-grandes-numeros-dos-pequenos-negocios-no-brasil/>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SEBRAE. **A importância do planejamento de recursos humanos na sua empresa**. Disponível em: <https://www.Sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/a-importancia-do-planejamento-de-recursos-humanos-na-sua-empresa%2C2383110c02017810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SEBRAE. **Análise PESTEL: conheça o macroambiente da sua empresa**. Disponível em: <https://www.Sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/analise-pest-conheca-o-macroambiente-da-sua-empresa,5b0f3c3a70a8c610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SEBRAE. **Business Model Canvas: como construir seu modelo de negócio?** Disponível em: Business model canvas: como construir seu modelo de negócio. Acesso em: 20 mar.2025

SEBRAE. **Como definir o preço do seu produto ou serviço**. Disponível em: <https://www.Sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-definir-o-preco-do-seu-produto-ou-servico,1a2b3c4d5f6g7h8i9j0>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SEBRAE. **Como Identificar Clientes Através de Pesquisa de Mercado** Disponível em: Como Identificar Clientes Através de Pesquisa de Mercado - Sebrae Acesso em: 21 mar.2025

SEBRAE. **Entenda a importância da inovação para a sua empresa**. Disponível em: Entenda a importância da inovação para a sua empresa - Sebrae. Acesso em: 21 mar.2025

SEBRAE. ferramenta: **5 FORÇAS DE PORTER (CLÁSSICO)** 14 dez. 2024.

SEBRAE. **Layout ou arranjo físico: otimizando o fluxo produtivo**. Disponível em: <https://www.Sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/layout-ou-arranjo-fisico-otimizando-o-fluxo-produtivo,2343b8cf0f7aa610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SEBRAE. **Mapa da Empatia ajuda a criar conteúdo relevante para o consumidor** Disponível em: Mapa da Empatia ajuda a criar conteúdo relevante para o consumidor - Sebrae Acesso em: 08 maio.2025

SEBRAE. **Mapa da Empatia ajuda a criar conteúdo relevante para o consumidor** Disponível em: Mapa da Empatia ajuda a criar conteúdo relevante para o consumidor - Sebrae Acesso em: 08 maio.2025

SEBRAE. **Modelos de Negócios: Canvas**. Brasília: SEBRAE, 2021. Disponível em: <https://www.Sebrae.com.br>. Acesso em: 12 out. 2025.

SEBRAE. Mortalidade empresarial: o que fazer para prevenir.

Disponível em: <https://digital.Sebraers.com.br/blog/mercado/mortalidade-empresarial-o-que-fazer-para-prevenir/>. Acesso em: 08 mar. 2025.

SEBRAE. **O que é inovação e qual a sua importância?** 2023. Disponível em: <https://Sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-inovacao-e-qual-a-sua-importancia,8d5e8f75b8f1b710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 04 nov. 2025.

SEBRAE. **Pesquisa de mercado: como conhecer o seu cliente.** Disponível em: <https://www.Sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-mercado-como-conhecer-o-seu-cliente,2343b8cf0f7aa610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: dia mês ano. Acesso em: 02 nov. 2025.

SEBRAE. Plano de negócio: foco nos objetivos e metas do empreendimento.

Brasília, DF: Sebrae, 2019. Disponível em: <https://Sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Sebraeaz/defina-o-conceito-e-planeje-o-seu-negocio,88aaf3221b385410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 21 out. 2025.

SEBRAE. Plano de Negócios: o que é, como fazer e modelo do Sebrae

Disponível em: Plano de Negócios: o que é, como fazer e modelo do Sebrae - Sebrae. Acesso em: 20 mar.2025

SEBRAE. Plano de Negócios: o que é, como fazer e modelo do Sebrae. Brasília,

DF: Sebrae, 2025. Disponível em: <https://Sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/plano-de-negocios-o-que-e-como-fazer-e-modelo-do-Sebrae,f8fca26475abb810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 21 out. 2025.

SEBRAE. Plano operacional: como estruturar as operações do seu negócio.

Disponível em: <https://www.Sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/plano-operacional-como-estruturar-as-operacoes-do-seu-negocio>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SEBRAE. Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio.

Brasília, DF: Sebrae, 2022. Disponível em: <https://Sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 21 out. 2025.

SEETINGCONSULTORIA. Confira 4 tipos de consultoria empresarial e como cada uma pode alavancar o seu negócio.

Disponível em: 4 tipos de consultoria empresarial e suas diferenças. Acesso em 19 mar. 2025.

SIDÔNIO, Vanessa da Silva. A importância do plano financeiro no plano de

negócios. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos, 2007. Disponível em: <https://peritocontador.com.br/>. Acesso em: 22 out. 2025.

SILVA, A. F. D., Alcantara, B. T. D. R. A., Garcia, R. D. S., & Roque, C. M. (2024). **Plano De Negócios E As Contribuições Para Micro E Pequenos Empreendedores**. IOSR Journal of Business and Management, 26(9), 55–59. <https://doi.org/10.9790/487X-2609115559>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SIMÕES, Leandro Cunha; OLIVEIRA, Michel Angelo Constantino de; MENDES, Dany Rafael Fonseca; PINHEIRO, Adalberto Amorim. **Radar da Inovação: um estudo de caso das prestadoras de serviço de Brasília/DF**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 3, n. 3, p. 134–158, 2014. Disponível em: <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/167>. Acesso em: 6 nov. 2025.

SIMPLESVET. **Como fazer controle de estoque com o SimplesVet**. Disponível em: <https://simples.vet/blog/estoque/controle-de-estoque-simplesvet-resolve>. Acesso em 19 mar. 2025.

SIMPLESVET. **Gestão financeira de pet shop: importância, ferramentas e dicas**. [S.l.], s.d. Disponível em: <https://simples.vet/blog/gestao/gestao-financeira-de-pet-shop-importancia-ferramentas-e-dicas/>. Acesso em: 02 nov. 2025.

TEIXEIRA, G. F. G., & Junior, O. C. (2019). **How to make strategic planning for corporate sustainability? Journal of Cleaner Production**, 230, 1421–1431. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.063>. Acesso em: 02 nov. 2025.

UNILEÃO. **Administração – Comunicação de marketing**. Juazeiro do Norte: Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, 2024. Disponível em: <https://sis.unileao.edu.br/uploads/3/ADMINISTRACAO-2024/A1291.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2025.

UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO (UCDB). **Fontes de captação de recursos financeiros**. Campo Grande: UCDB, 2021. Disponível em: <https://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/Livro-Fontes-de-Captacao-de-Recursos.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2025.

UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO, Centro de Informática (UFPE). **Plano de Marketing: Módulo 5 – Necessidades, Desejos e Demanda**. Recife: UFPE, [s.d.]. Disponível em: <https://www.cin.ufpe.br/~if781/aulas/Modulo%205.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2025.

VOITTO. **Capacidade produtiva: o que é, como calcular e otimizar**. 2023. Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/capacidade-produtiva>. Acesso em: 12 out. 2025.

WEF, W. E. F.-. (2025). **Annual Report 2024-2025**. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Annual_Report_2024_2025.pdf. Acesso em: 02 nov. 2025.