



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS, AMBIENTAIS E BIOLÓGICAS
CURSO DE ENGENHARIA DE PESCA

ITALLO ANDRADE VELOSO PEIXOTO

VIABILIDADE DO AQUARISMO COMO MEIO EMPREENDEDOR:
UM ESTUDO DE CASO EM FEIRA DE SANTANA-BA

CRUZ DAS ALMAS

2021

ITALLO ANDRADE VELOSO PEIXOTO

**VIABILIDADE DO AQUARISMO COMO MEIO EMPREENDEDOR:
UM ESTUDO DE CASO EM FEIRA DE SANTANA-BA**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Coordenação do Curso de Graduação em Engenharia de Pesca, da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Engenharia de Pesca.

Orientador: Prof. Dr. Leopoldo Melo Barreto

CRUZ DAS ALMAS

2021

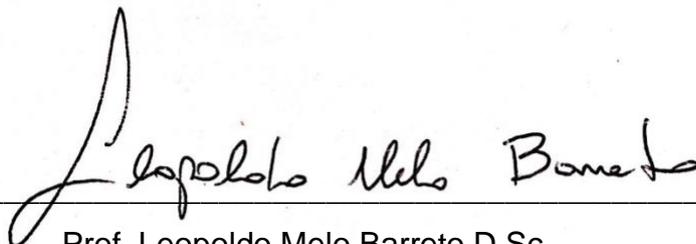
ITALLO ANDRADE VELOSO PEIXOTO

**VIABILIDADE DO AQUARISMO COMO MEIO EMPREENDEDOR:
UM ESTUDO DE CASO EM FEIRA DE SANTANA-BA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal do Recôncavo da Bahia como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Engenharia de Pesca.

Conceito Final: 9,1 (nove virgula um)

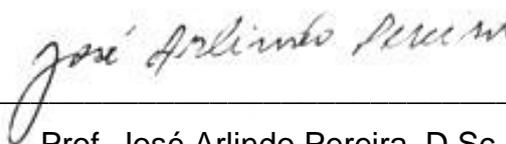
Aprovada em 16 / 09 / 2021



Prof. Leopoldo Melo Barreto D.Sc.

Orientador

UFRB



Prof. José Arlindo Pereira, D.Sc.

1º Membro

UFRB



Prof. Fabrício Ramos, D.Sc.

2º Membro

Instituição

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha esposa Indyara que esteve ao meu lado em todos os momentos felizes e difíceis na vida, por me apoiar a ser uma pessoa melhor todos os dias.

Agradeço aos meus familiares por me apoiarem na decisão de cursar Engenharia de Pesca. A minha mãe Gobéria por todo apoio e incentivo aos estudos, mesmo encontrando resistência da minha parte, ela sempre me incentivou a continuar e finalizar o curso. Agradeço a minha irmã Irlana por sempre ser minha parceira em tudo.

Agradeço ao meu pai Elsimar por todo o apoio e por me levar às 4:00 da manhã todas as segundas por anos para pegar o ônibus de Feira de Santana para Cruz das Almas. Agradeço a meu avô Francisco por todo o apoio e incentivo a continuar. Agradeço a minha avó Estelita pelo carinho, apoio financeiro e preocupação comigo por todos esses anos.

Agradeço ao meu tio Hirlon por todo o apoio financeiro para que eu pudesse me manter em Cruz das Almas, e pela preocupação e cuidado comigo. Agradeço aos meus primos Paulo Davi e Raquel e a minha tia Dinalva por todo o carinho.

Agradeço também as pessoas que foram fundamentais na minha formação como Engenheiro de Pesca. Ao meu orientador, Professor Leopoldo, por toda ajuda e incentivo tanto no empreendimento como na conclusão do curso. E aos colegas que sempre estiveram ao meu lado nos momentos bons e ruins na UFRB.

Por fim, agradeço a todos que, de forma direta ou indireta, contribuíram para que eu me tornasse Engenheiro de Pesca.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. OBJETIVOS	12
3. REVISÃO DE LITERATURA	13
3.1. Aquarismo no Brasil e no mundo	13
3.2. Planejamento	16
3.2.1. Planejamento Estratégico	17
3.3.2. Planejamento Financeiro	20
3.3.3. Plano de negócio	24
3.3.4. Legislação	25
4. MATERIAL E MÉTODOS	27
4.1 Área de estudo	27
4.2 Análise financeira	28
5. RESULTADOS	31
5.1 Avaliação econômica	31
5.1.1 Investimentos	31
5.1.2 Fluxo de caixa, custos e receitas	34
5.1.3 - Demonstração do resultado do exercício - DRE	37
5.1.4 - Lucratividade	37
5.1.5 - Prazo de retorno do investimento	39
5.1.6 - Rentabilidade	39
5.1.7 - Capital de giro	40
5.2. Estrutura organizacional	41
5.3. Planejamento estratégico	42
5.4. Plano de negócio	45
6. CONCLUSÕES	49
7. REFERÊNCIAS	51

RESUMO

O trabalho teve como objetivo analisar, como estudo de caso, a viabilidade econômica de empreender no aquarismo na cidade de Feira de Santana – Bahia. De forma inicial foi realizada uma pesquisa bibliográfica nas principais bases de dados de artigos científicos, dentro da área de aquarismo e empreendedorismo, para fundamentar a análise. Em seguida estabeleceu-se os índices financeiros a serem analisados e também os principais pontos para implantação de uma loja de aquarismo, como o planejamento estratégico. A análise dos índices financeiros foi baseada nas teorias de gestão financeira e de controle, e foi realizada uma análise documental do material existente na empresa Aquarium Home Fish, no período de janeiro de 2020 a junho de 2021. Como resultados tem-se uma Demonstração de Resultado do Exercício de R\$ 18.664,72 para 2020.1, R\$ 49.781,90 para 2020.2 e R\$ 3.814,70 para 2021.1. Auferiu-se uma Lucratividade de 23%, um Prazo de retorno do investimento (PRI) de 1,5 anos e uma Rentabilidade de 68%. Além disso, como conclusão, apresentamos a Estrutura organizacional da empresa e propusemos um Planejamento estratégico e um Plano de negócio. Concluiu-se que o negócio é viável, porém sugere-se um planejamento mais elaborado do que o existente na literatura para abertura de uma loja de aquarismo.

Palavras chave: Aquarismo, empreendedorismo, plano de negócio, planejamento estratégico.

ABSTRACT

The work aimed to analyze, as a case study, the economic viability of undertaking fishkeeping in the city of Feira de Santana – Bahia. Initially, a bibliographic research was carried out in the main databases of scientific articles, within the area of fishkeeping and entrepreneurship, to support the analysis. Then, the financial ratios to be analyzed were established, as well as the main points for setting up an aquarium shop, such as strategic planning. The analysis of the financial ratios was based on the theories of financial management and control, and a documental analysis of the material existing in the company Aquarium Home Fish was carried out, in the period from January 2020 to June 2021. As a result, there is a Statement of Income for the Year of R\$18,664.72 for 2020.1, R\$49,781.90 for 2020.2 and R\$3,814.70 for 2021.1. It achieved a Profitability of 23%, a Return time of the investment (RTI) of 1.5 years and a Rentability of 68%. In addition, as a conclusion, we present the company's organizational structure and propose a strategic plan and a business plan. It was concluded that the business is viable, but a more elaborate planning than that existing in the literature is suggested for opening an aquarium shop.

Key words: Aquarism, entrepreneurship, business plan, strategic planning

1. INTRODUÇÃO

No Brasil, o aquarismo, que é uma fatia do mercado *pet*, teve sua introdução na década de 20 e foi se desenvolvendo no decorrer dos anos, com o aumento de espécies reproduzidas em pisciculturas e avanços tecnológicos no setor, melhorando assim a forma de se manter os peixes nos aquários (PEREIRA, 2015).

Esse crescimento no mercado *pet* tem, como um dos fatores, o aumento do poder aquisitivo do brasileiro, permitindo às famílias investir tanto na aquisição de um animal de estimação, quanto na manutenção do mesmo. O consumidor do mercado *pet* está atento às tendências, inovações e qualidade dos produtos e serviços oferecidos (FABBRI, 2015). Essa realidade também pode ser vista no setor de aquarismo, onde Ferraz et al (2019) afirmam que o hobby tem ganhado destaque e as lojas de aquário também tem aumentado o seu número, confirmado pelos recentes dados da Associação Brasileira de Lojas de Aquarofilia – ABLA, apontando existir cerca de 5.000 lojas distribuídas em território nacional. Barreto (2020) ainda reforça que o crescimento do aquarismo se dá através da percepção do uso do aquário para diversos fins, como por exemplo ferramentas de ensino e, em paralelo, de educação.

Isso mostra que o empreendedorismo no ramo *pet* vem crescendo junto, de forma significativa. Segundo os dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação - ABINPET (2018), o Brasil tem a segunda maior população mundial de cães, gatos e aves e é o quarto maior país em população total de animais de estimação, tendo um total de 139,3 milhões de *pets*. Essas informações demonstram a força potencial desse setor na economia brasileira. De toda forma, qualquer novo empreendedor quer garantias baseado nas experiências, e no setor de aquarismo, um crescente no ramo *pet*, apesar das diversas experiências, essas não são publicadas e compartilhadas.

Ainda de acordo com a ABINPET (2018), atualmente, o mercado *pet* representa 0,31% do PIB brasileiro, à frente dos setores de utilidades domésticas e automação industrial. Em 2017, a indústria de produtos para animais de estimação faturou R \$20,37 bilhões, cerca de 7,9% a mais do que em 2016, quando o valor foi de R\$18,9 bilhões. Em 2006, esse número era de R\$3,3 bilhões. Assim, em dez anos houve um aumento de 470% no faturamento do mercado *pet* no Brasil.

No setor de aquarismo o crescimento se manteve em 2019, segundo dados do Instituto PET Brasil, havendo um total estimado de 19,1 milhões de peixes ornamentais no país, com um crescimento acumulado de 6,1% nesse setor, entre os anos de 2013 e 2018.

Logo, como relatava Faria (2018), o comércio de peixes ornamentais tem se fortalecido e com isso tem estabelecido uma maior necessidade por novidades em produtos e serviços. Dessa forma, o setor da aquariofilia possui um valor social agregado, tanto a comercialização quanto a produção, pois geram empregos e oportunidades de negócios, contribuindo assim para a geração de renda e redução de desigualdades sociais (RIBEIRO et al., 2010).

Assim, o crescimento do mercado *pet* no país pode ser considerado um indicador da abertura desse setor, carregando consigo, inclusive, a área do aquarismo. Desse modo, empreender no aquarismo pode ser uma área em potencial para investimento, auxiliando no desenvolvimento do setor *pet* no país, no entanto requer investigações sobre a viabilidade de investir no setor em cidades interioranas, principalmente sabendo-se que o setor se baseia no hobby.

2. OBJETIVOS

2.1 Geral

- Analisar a viabilidade econômica de um empreendimento no setor de aquarismo na Bahia, tomando Feira de Santana como cidade de estudo

2.2 Específicos:

- Determinar e apresentar os seguintes índices econômicos, baseado no estudo de caso:
 - Investimento
 - Receita
 - Custos
 - Fluxo de caixa
 - DRE - Demonstração do resultado de exercício
 - Capital de Giro
 - Lucratividade
 - Rentabilidade
 - Prazo de retorno do investimento (PRI)
- Elaboração de um cronograma físico-financeiro
- Apresentação de um plano de negócios

3. REVISÃO DE LITERATURA

3.1. Aquarismo no Brasil e no mundo

Os peixes já faziam parte do cotidiano dos homens pré-históricos, como apontam algumas pesquisas arqueológicas (PEREIRA, 2015). Existem registros de práticas de criação de peixes em civilizações antigas como no Egito antigo e no Império Romano; também os povos egípcios e chineses utilizavam peixes como alimento, e mantinha-os em estruturas de tanque–rede até seu consumo (FARIA et al, 2016a). Hoje, se acredita que a domesticação de várias espécies começou há mais de 10.000 anos (FOSSÅ, 2003).

Assim, a criação de peixes ao longo do tempo não foi apenas direcionada para o consumo, mas também para a ornamentação de ambientes, assim esses passariam a compartilhar da beleza e graciosidade dos animais (FARIA et al, 2016b). O cultivo de peixes para fins ornamentais pelos chineses já é visto a mais de três milênios, onde os peixes kinguios (*Carassius auratus*) eram (e ainda são) utilizados para ornamentação (FARIA et al, 2016b; RIBEIRO et al, 2010). Além dos chineses, os Maias, Romanos e Egípcios já expressavam a beleza dos peixes de diversas maneiras, visto em pinturas e esculturas (FARIA et al, 2016a).

De acordo com Ribeiro et al (2010) os aquários da forma como conhecemos hoje, ou seja, tanques feitos de vidro e que permitem a visualização dos peixes pela lateral tiveram o seu surgimento na Inglaterra, em meados do século XV, sendo utilizados pela alta sociedade, até como forma de manter seu status. No início, havia pouco conhecimento sobre as técnicas necessárias para manter peixes saudáveis, mas com a ampliação do conhecimento e evolução tecnológica, tem se tornado mais fácil e acessível ter um aquário.

Já no Brasil, o hobby do aquarismo teve início na década de 20, no Rio de Janeiro (GELLER et al, 2020) e foi ganhando mais destaque a partir da década de 50, na qual se desenvolveu interesse nos peixes da região amazônica (PEREIRA, 2015). De acordo com o SEBRAE (2021c) a primeira grande atividade no país voltada para a aquariofilia foi a “Exposição da Independência” em 1922, na qual houve a apresentação de aquários ornamentais que se inspiravam nos existentes no Japão.

Não apenas recentemente, mas a alguns anos, o Brasil tem se destacado sendo um dos principais mercados de fornecimento de peixes ornamentais para o mundo, principalmente os da bacia amazônica. Porém, pelo fato da atividade nacional voltada para aquarioria não estar plenamente sistematizada, ocorre que muitas informações qualitativas e quantitativas não são encontradas de forma completa (FERRAZ et al, 2019). Na contemporaneidade, a aquarioria possui grande potencial econômico e é responsável pela movimentação de US\$25 bilhões/ano nos Estados Unidos, segundo Geller et al (2020) no mundo são comercializados cerca de 1 bilhão de peixes ornamentais, sendo a sua maioria de características tropicais e de água doce. Ribeiro et al (2010) afirmam que no Japão há uma estimativa de que 50% da população possua um aquário em casa, e que eles investem \$25 milhões/ano em importações de peixes ornamentais.

Ainda sobre o Brasil, de acordo com o SEBRAE (2020), os dados apontam que a população de peixes ornamentais fica em 4º lugar, atrás dos cães, gatos e aves, porém mais recentemente os censos realizados pelo IBGE no país incluíram peixes como um item único no seu questionário, o que antes estavam incluídos na categoria "outros", assim possibilitando uma estatística ainda mais precisa. Geller et al (2020) afirmam que nos últimos dez anos ocorreu um aumento na demanda por peixes ornamentais, e que estes estão hoje entre os *pets* preferidos dos brasileiros.

Em relação ao crescimento das exportações internacionais de peixes ornamentais no Brasil, segundo dados de Cardoso et al (2021), entre 2001 e 2016, houve um crescimento nas exportações brasileiras de 103,7%. E somaram em 2016 o montante de US\$6,5 milhões exportados, em peixes ornamentais. Alguns fatores podem ser vistos como propulsores do setor no aquarismo, o avanço na tecnologia e também a facilidade de acesso a informações na internet, possibilitam o crescimento da prática da aquarioria e também a difusão de conhecimentos da área (GELLER et al, 2020). Segundo Cardoso et al (2021) o Brasil ocupava a 14ª posição de importância como país exportador em 2016 e isso mostra a potencialidade de crescimento que o país possui, principalmente olhando para a aquicultura de peixes ornamentais.

Com o avanço tecnológico e científico é possível manter e reproduzir peixes de forma mais saudável, inclusive considerando o bem-estar animal (GALHADO e OLIVEIRA, 2006) e tendo a possibilidade de preservar espécies que podem futuramente vir a ser um banco genético de espécies. Além disso, hoje existe a

facilidade de encontrar lojas especializadas na área de aquarofilia que fornecem materiais mais modernos e eficientes como sistemas de filtragem, iluminação, controles de temperatura, medicamentos, entre outros materiais que facilitam o cuidar do aquário (RIBEIRO et al, 2010).

Uma mola propulsora do desenvolvimento do mercado dos peixes ornamentais é o aumento na quantidade de pessoas que se interessam pelo *hobby* (MARTINS et al, 2014). Esse interesse crescente pode estar relacionado a facilidade de cuidados com peixes quando comparado a outros pets como cães e gatos. Devido ao crescimento do mercado, torna-se necessário conhecer os elos do segmento, desde o desejo do público aquarista até a gestão do negócio. Em um estudo desenvolvido por Barreto e Filho (2011) na cidade de Valença – Bahia, se traçou um perfil do aquarista, assim como seus anseios para consumo. Os pesquisadores concluem que é imprescindível a capacitação técnica do empreendedor no que diz respeito a conhecimentos específicos de aquarismo e também sobre gestão de negócio, aumentando as chances de uma pessoa que não tem aquário se torne um aquarista. Os autores afirmam ainda que é importante considerar a sazonalidade do empreendimento e a forma como isso influencia no fluxo de caixa da empresa.

Um outro estudo realizado por Geller et al (2020), mais amplo e envolvendo um levantamento da regionalização do aquarismo brasileiro com 589 entrevistados, constataram que dentre as respostas obtidas há uma predominância masculina entre os aquaristas, sendo de 85%, fator que pode orientar um plano de negócio. Outro dado encontrado pelos autores foi que as regiões Sudeste, Sul e Nordeste, respectivamente, apresentaram maiores práticas do aquarismo, demonstrando que os grandes centros urbanos ainda concentram as maiores práticas do *hobby*.

Gimenez et al (2016) corroboram o sentimento que o ramo *pet* tem se apresentado como um mercado promissor no país, apresentando crescimento e movimentando bilhões de reais por ano. Reforçam também que o Brasil se apresenta como o segundo país com maior população *pet* do mundo e, segundo os autores, esses dados podem ser percebidos com o aumento de negócios recém-aberto no setor, que tem como diferencial serviços mais especializados e produtos e serviços mais inovadores (GIMENEZ et al, 2016). Um ponto a se considerar é: como estão sendo planejados esses novos negócios no setor do aquarismo?

A cidade de Feira de Santana considerada uma das maiores do estado da Bahia ainda não possui um desenvolvimento expressivo no que diz respeito ao aquarismo. Segundo o estudo realizado por Gusmão (2015) que tinha como objetivo caracterizar o aquarismo no município, a cidade de Feira de Santana possuía 6 lojas de aquarismo, sendo que apenas duas eram especializadas na área de aquariofilia e as demais eram pet shops generalistas, oferecendo materiais e serviços para diversos animais. Segundo o autor, essas lojas em sua maioria comercializam peixes de água doce, sendo o guppy (*Poecilia reticulata*) uma das espécies mais comercializadas, e animais marinhos eram disponibilizados apenas em um local na cidade.

Atualmente, o número de lojas especializadas em aquariofilia aumentou para 3, e as demais lojas permanecem comercializando peixes e materiais para aquários, mas também para pets em geral. Além do aumento no número de lojas especializadas, também se tem inserido um maior comércio de aquários e animais marinhos.

3.2. Planejamento

Todo novo negócio que se inicia almeja o sucesso, independente do seu tamanho, e os objetivos são sempre direcionados para o crescimento. E para que isso aconteça é importante que essas empresas possuam um planejamento adequado, tanto para traçar estratégias como atingir as metas desejadas (TEIXEIRA et al, 2015). A importância do planejamento se faz presente nas grandes empresas, mas também em negócios de menor porte. A questão é que nas grandes, pelo montante do investimento, pensa-se em maiores riscos, logo o planejamento é item exigível, já no pequeno empreendimento, o planejamento geralmente não é item projetado, assim o empreendedor fica "a ver navios" durante o navegar.

Segundo dados do SEBRAE (2018c) existem 6,4 milhões de micro e pequenas empresas no Brasil, correspondendo a 99% das empresas do país, as quais são responsáveis por 52% dos empregos com carteira assinada no setor privado, dando suporte para 16,1 milhões de pessoas, entre elas empreendedores, funcionários e familiares. As micro e pequenas empresas se apresentam como peças importantes na realidade social e econômica do país, sendo reconhecidas como fator de promoção social, geração de empregos e como propulsoras de desenvolvimento (TERENCE e ESCRIVÃO, 2001). Teixeira et al (2015) corrobora com essa ideia afirmando que as micro e pequenas empresas garantem a produção de bens e serviços, gerando

prosperidade para o país e tendo a sua importância financeira equiparada a organizações de grande porte.

Assim, entendendo a necessidade de orientações para o sucesso de um empreendimento, inclusive no setor de aquarismo, apresenta-se a seguir a importância de duas vertentes de planejamento, o estratégico e o financeiro, também necessários para uma microempresa de aquarismo.

3.2.1. Planejamento Estratégico

Segundo dados do SEBRAE (2016), no Brasil aproximadamente 23% das empresas fecham antes de completar dois anos de abertura, e o IBGE (2012) afirma que cerca de 60% das empresas encerram suas atividades após cinco anos de existência. Teixeira et al (2015) afirmam que esses dados apontam para além de fatores como carga tributária ou dificuldades na economia, mas também pela falta de planejamento adequado por parte das micro e pequenas empresas. Isso mostra o quanto o planejamento estratégico é de grande importância, sendo que para o seu desenvolvimento se faz necessário reconhecer e perceber cada ambiente da organização, avaliando seus setores internos, assim como é indispensável que se faça uma análise de setores externos como consumidores, fornecedores e concorrência (TEIXEIRA et al, 2015).

O planejamento estratégico possibilita a identificação de pontos fortes da organização e também dos pontos que ainda precisam ser desenvolvidos, além disso, permite uma análise do contexto no qual está inserida, reconhecendo quais são as possíveis ameaças do negócio e também quais são as oportunidades existentes naquele ambiente (TEIXEIRA et al, 2015). Como o setor do aquarismo, como meio empreendedor específico, é relativamente novo, não há muitas referências específicas sobre o tema. Reforçamos que o setor de Pet Shop é bem mais comum e antigo no Brasil. De toda forma, segundo Terence e Escrivão (2007), o planejamento estratégico se caracteriza como uma ferramenta que direciona as ações que serão tomadas pela organização. O desenvolvimento de um planejamento estratégico é um processo contínuo que possibilita a definição dos objetivos empresariais, buscando uma melhor utilização de todos os recursos disponíveis (TERENCE e ESCRIVÃO, 2007).

Para além dos fatores internos, As empresas são afetadas tanto por fatores internos quanto por fatores externos e pelas mudanças que ocorrem no ambiente de forma muito rápida, como desenvolvimento tecnológico, mudanças sociais, políticas ou econômicas e, mais recentemente, até epidemiológicas, como a recente pandemia do Coronavírus. Assim, o planejamento estratégico é muito relevante na tomada de decisões rápidas e assertivas pelas organizações, além do que também pode ser utilizado para prever e controlar problemas, auxiliando na gestão do negócio (TEIXEIRA et al, 2015). Pode-se imaginar que as empresas que tinham um bom planejamento durante a recente pandemia tiveram mais chances que as outras que não possuíam um planejamento bem definido.

Para tal, de acordo com o SEBRAE (2006), alguns pontos devem ser considerados na elaboração do planejamento estratégico para a empresa, sendo:

- A tomada de decisões sobre o futuro da organização;
- Os objetivos organizacionais que se pretende alcançar a longo prazo;
- Os produtos ou serviços que serão oferecidos pela organização;
- Os retornos financeiros esperados;
- O relacionamento com fornecedores; e
- O investimento em recursos para o desenvolvimento da empresa.

Na literatura podem ser encontrados alguns modelos de planejamento estratégico (STEINER, 1979; KOTLER, 1999; ALMEIDA, 2001; MIGLIATO, 2004; SEBRAE, 2006), porém, de acordo com Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000) a maioria dos modelos possuem a mesma ideia que se resume a alguns pontos como: a divisão do processo em etapas; a articulação entre essas etapas; o desenvolvimento de objetivos; e o planejamento das estratégias que serão utilizadas.

Como dito, os modelos existentes na literatura são semelhantes, apresentando poucas variações entre eles, mas alguns são mais detalhados enquanto outros mais simples. Com base em alguns modelos de planejamento estratégico vistos na literatura, recomenda-se por desenvolver um modelo que englobasse vários aspectos que julga-se interessante no desenvolvimento do planejamento estratégico de uma microempresa de aquarismo. Adaptando-se aos modelos de Kotler (1999) e Almeida (2001), chegamos ao modelo representado na figura 1.

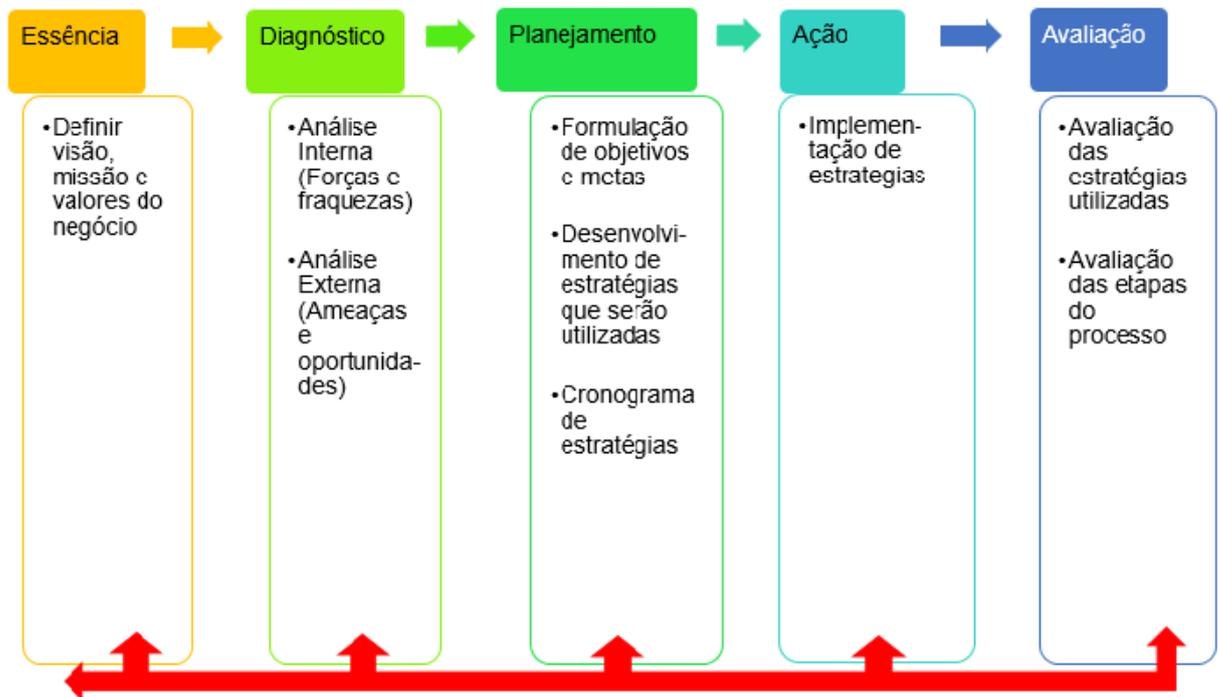


Figura 1 - Modelo de planejamento estratégico adaptado de Kotler (1999) e Almeida (2001).

O modelo desenvolvido tem as seguintes etapas:

1. *Essência*: Nessa etapa busca-se compreender quais são a visão, a missão e os valores da empresa, buscando-se entender o porquê do desenvolvimento desse negócio;
2. *Diagnóstico*: Nessa etapa é realizada a análise FOFA (SWOT) do ambiente interno e externo da organização. No ambiente interno é analisado quais são as forças da empresa e quais são os pontos que precisam ser melhorados. Na análise do ambiente externo é levado em consideração quais são as possíveis ameaças existentes (concorrência, limitação de fornecedores) e quais são as oportunidades existentes no mercado;
3. *Planejamento*: Nessa etapa serão formulados as metas e os objetivos que se pretende alcançar na organização. A partir disso, são traçadas as estratégias que serão utilizadas para chegar nos objetivos almejados, e também é desenvolvido um cronograma de implementação de estratégias;
4. *Ação*: A penúltima etapa é a ação, na qual serão colocadas em prática as estratégias que foram traçadas na etapa anterior;

5. *Avaliação*: Nessa etapa são desenvolvidas avaliações das estratégias que foram planejadas e implementadas. Além disso também é realizada a avaliação de uma forma geral, fazendo os ajustes necessários.

3.3.2. Planejamento Financeiro

O mercado tem passado por diversas transformações, inclusive na economia. Gimenez et al (2016) já falavam em transformações econômicas, tecnológicas e sociais que caracterizavam um cenário, e com isso as organizações também tiveram que rever a sua forma de gestão, dando um maior enfoque ao planejamento financeiro, pois afinal a saúde financeira é determinante para a vitalidade da empresa privada. Agora imaginemos que a pandemia depositou um maior desafio no quesito financeiro, uma vez que a circulação econômica foi prejudicada.

Assim a gestão financeira, que tem como objetivo o aumento da rentabilidade da empresa, com isso resolver problemas como controle de recebimentos, controle de pagamentos, capital de giro necessário, fluxo de caixa (GIMENEZ et al, 2016) se torna ainda mais importante, mesmo nas pequenas empresas. O planejamento financeiro é muito necessário para a tomada de decisões dentro da organização, além disso, para que as empresas consigam se adaptar às constantes mudanças do mercado e tenham competitividade é fundamental que essas conheçam as suas possibilidades financeiras. São conhecidos casos informais nas empresas de aquarismo que a falta de capital de giro impede o pagamento de fornecedores e a falha no reabastecimento do estoque, prejudicando todo o ciclo de vendas e recebimento.

Por outro lado, com uma gestão financeira eficiente é possível saber quais são as reais possibilidades da organização. De acordo com Gimenez et al (2016) com o planejamento financeiro é possível definir onde os recursos organizacionais devem ser alocados, permitindo uma visão mais completa e integrada da empresa e também reconhecendo oportunidades no ambiente externo. Assim, o planejamento financeiro possibilita a redução de custos e maximização de lucros, mantendo a qualidade de produtos e serviços do negócio, ou por outro lado, apenas possibilitando a continuidade da empresa em tempos difíceis.

Alguns controles financeiros são imprescindíveis para o planejamento financeiro de uma organização, tais como: fluxo de caixa, capital de giro,

investimentos e lucratividade, sendo exemplos de itens cruciais na gestão de negócios. E quando se refere a uma microempresa esses controles se fazem ainda mais importantes, pois segundo dados do SEBRAE (2016) um dos maiores motivos para fechamento de microempresas, segundo os próprios empreendedores, é a falta de capital ou lucro, além disso, a falta de planejamento prévio e déficit na gestão empresarial, também influenciando no encerramento de negócios. Nessa revisão focamos nos controles financeiros: fluxo de caixa, demonstração de resultado do exercício – DRE, balanço patrimonial e capital de giro.

O fluxo de caixa é um instrumento de gestão financeira que tem como objetivo projetar todas as entradas e saídas de recursos financeiros da empresa. Ele possui uma estrutura flexível, no qual deve-se inserir informações de entradas financeiras e também as saídas conforme as necessidades da empresa. O fluxo de caixa permite a elaboração de cálculos como rentabilidade, lucratividade, ponto de equilíbrio e o prazo de retorno do investimento. Assim, sua finalidade é examinar a saúde financeira do negócio a fim de obter melhor compreensão sobre as possibilidades de sucesso do investimento e do estágio atual da empresa (SEBRAE, 2011). Por mais que pareça uma tarefa complexa, e que requeira planilhas e softwares, é possível realizar um fluxo de caixa com um livro físico, ou seja, papel e caneta.

Silva (2015) afirma que o fluxo de caixa é uma ferramenta gerencial que possibilita a observação das movimentações financeiras da empresa, auxiliando assim, nas tomadas de decisão, pois imaginemos quão obscuro seja tomar decisões (que quase sempre envolve recursos financeiros) sem saber o status atual do caixa. Logo, algumas vantagens da utilização do fluxo de caixa nas microempresas são: ter uma visão geral da situação das finanças; evitar dívidas e investimentos desnecessários; e melhorar o controle das movimentações financeiras. Quando é realizada uma má gestão do fluxo de caixa é possível que aconteça um fracasso empresarial, pois, em microempresas a defasagem no caixa pode levar à falência (SILVA, 2015). Arriscamos até a dizer, por conhecimento de causa, que por mais que uma empresa não venha à falência, sua lucratividade é afetada pela ausência de um bom fluxo de caixa.

Dando seguimento, a Demonstração de Resultado do Exercício (DRE), de acordo com Gimenez et al (2016), demonstra o resultado obtido em um determinado período, podendo ser o lucro ou mesmo prejuízo da empresa. Fagundes e Rodrigues

(2017) afirmam que a DRE permite a visualização em um determinado período, mostrando todos os custos, despesas e receitas ocorridas durante o exercício, assim, possibilita a visão de todos os fluxos que ocorrem dentro da empresa. É interessante em uma loja de aquários realizar esse controle pois, além de tudo, por ser o aquarismo um hobby, ainda há sazonalidade nas vendas/receitas.

Diferente do fluxo de caixa que tem objetivo de curto prazo, a DRE tem como objetivo um prazo maior, assim a DRE pode ser elaborada em períodos diferentes: anual, semestral ou mensal, permitindo a identificação de possíveis distorções na rentabilidade da empresa e verificando se ela está sendo lucrativa ou não em períodos mais amplos.

Um outro ponto importante a ser analisado, ainda considerando o planejamento financeiro, é a lucratividade, considerada um indicador organizacional que apresenta o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve. Há muitos que confundem lucratividade com lucro. Pois vejamos, o lucro é a simples diferença entre a receita e o custo operacional, já a lucratividade o empreendedor utiliza os dados financeiros de um período, dividindo o lucro líquido obtido no período pelo faturamento (SEBRAE, 2021b). Ou seja, uma empresa pode ter um bom lucro, mas uma baixa rentabilidade, assim como o inverso é verdadeiro. No setor de aquarismo, dentro do mercado pet, quando se compara a lucratividade, os peixes ornamentais retornam uma maior lucratividade que os cães e gatos, assim chamando mais atenção de novos investidores. Alguns fatores podem afetar a lucratividade de um negócio, como a redução nas vendas, o aumento das despesas na empresa e o giro lento do estoque, assim sendo necessário esse acompanhamento.

Além da lucratividade, a rentabilidade é outro importante indicador financeiro para ser utilizado dentro das organizações. Nela é possível mensurar o potencial do negócio levando em consideração o investimento realizado na empresa (SEBRAE, 2021a). Assim não basta que um empreendimento seja lucrativo, ele também precisa ser rentável, pois a demora no retorno do investimento pode desanimar os possíveis empreendedores e investidores, além de tirar novas oportunidades.

Diferente da lucratividade, na qual procura-se mensurar quanto de lucro, percentualmente, a empresa produz em seus produtos e serviços, na rentabilidade busca-se encontrar a relação entre o valor investido no negócio e o lucro líquido obtido. Segundo Ruver (2012) a utilização do indicador de rentabilidade possibilita

análises e conclusões que permitem a comparação com outros empreendimentos. Esse fato é importante para situar a empresa de aquarismo dentro do setor de pet shop. Logo, a análise da rentabilidade possibilita a realização de avaliação de desempenho da organização, permitindo conhecer os possíveis fatores que interferem na rentabilidade de uma empresa (SUSIN, 2013).

Falando em investimento, o prazo de retorno de investimentos é outro indicador econômico utilizado dentro das organizações, tendo como objetivo mensurar a atratividade de um negócio, pois como diz o ditado popular, "tempo é dinheiro". De acordo com o SEBRAE (2021a) é a partir desse indicador que é possível saber em quanto tempo recupera-se o valor investido na empresa e começará a ter lucros reais. O prazo de retorno do investimento é considerado como uma modalidade inversa à rentabilidade, ou seja, ao invés de medir quanto uma empresa rendeu em determinado período, o prazo de retorno do investimento apresenta qual o período necessário para começar realmente a ter lucros em um negócio (SEBRAE, 2018a). Essa análise é interessante pois percebe-se que muitos empresários começam a fazer maiores retiradas da empresa, mesmo ainda não tendo alcançado o retorno do investimento. Sabe-se de relatos informais de empresas de aquarismo que tem o retorno de poucos anos, outras que os empresários nem saberiam informar se o investimento foi pago, dado às grandes retiradas mensais.

Por fim, ainda seguindo o modelo do SEBRAE (2021c), entende-se como capital de giro o dinheiro necessário para bancar a continuidade do funcionamento do negócio. Micro e pequenas empresas têm aqui uma deficiência notória. O capital tem como objetivo sustentar os ativos da empresa, financiando suas atividades (vendas a prazo, pagamento de fornecedores, manutenção dos estoques e administração da insuficiência de caixa). Assim, a má administração do capital de giro pode ter impacto sobre o fluxo de caixa, logo é importante que a empresa possua saldo de caixa positivo para eventuais emergências (GIMENEZ et al, 2016).

Gimenez et al (2016) ainda alertam que a definição do capital de giro é uma das grandes dificuldades na gestão financeira nos dias atuais, os autores citam que os valores aplicados e as fontes de capital de giro devem estar em equilíbrio para a definição do capital.

Desse modo, com um bom plano estratégico e financeiro, o empreendedor tem mais chances de alcançar o sucesso, mas sabedor que outros itens são necessários, como o plano de negócios e, também, entender de legislação.

3.3.3. Plano de negócio

Para desenvolver algo como lançar um produto, abrir uma loja, fazer uma festa ou até mesmo viajar é necessário ter um planejamento para que as coisas aconteçam da maneira que foram pensadas, e para isso é necessário analisar diversos fatores e avaliar quais condizem com o seu objetivo. O SEBRAE (2013, p. 13) conceitua um plano de negócio como sendo *"um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado"*. Até mesmo para montar um aquário recomenda-se um planejamento, imaginem para montar uma loja de aquários.

Assim, um plano de negócio é uma trilha a ser construída e deve conter o máximo de informações possíveis sobre o setor do empreendimento. Nele é necessário conter informações como dados do empreendedor e sua experiência profissional, a missão da empresa, os setores de atividade do negócio, enquadramento tributário, entre outros. De acordo com Korb (2008) a utilização de um plano de negócio é fundamental para empreender, visto que é importante para o planejamento de ações e também no delineamento de estratégias que serão utilizadas dentro da organização visando o seu crescimento.

Assim, para uma boa construção do plano de negócio é importante relatar o que é o negócio, o que ele se propõe a fazer, quais os principais produtos e serviços oferecidos, qual o público que deseja alcançar, qual o investimento necessário para o seu desenvolvimento, qual o lucro desejado e em quanto tempo estima-se ter o retorno do capital investido (SEBRAE, 2013). Reunindo as informações necessárias e seguindo alguns tópicos importantes é possível se construir com mais facilidade um plano de negócio. A construção de um plano é fortemente recomendada, pois auxilia na tomada de decisões dentro da organização e possibilita conhecer melhor o negócio, partindo do seu início até uma possível ampliação (SEBRAE, 2013).

Um plano de negócio estrutura as principais ideias do empreendimento e possibilita a análise da viabilidade, assim como também é utilizado na solicitação de créditos em instituições financeiras visando ampliação do negócio (SEBRAE, 2008). Assim, um plano de negócio amplo apresenta funções como:

- Avaliação mercadológica, técnica, jurídica e organizacional de um empreendimento;
- Avaliação da evolução do negócio na sua implantação, traçando um comparativo entre o que foi planejado e o que realmente foi executado;
- Obtenção de capitais de investidores e/ou instituições financeiras;
- Potencializa o desempenho de atividades essenciais na organização;
- Por fim, auxilia na construção de uma imagem positiva da empresa para clientes, funcionários, fornecedores e comunidade.

Dessa forma um bom plano de negócio é uma excelente ferramenta, não só para a implantação de uma empresa, mas para sua continuidade e sucesso, a qual deve seguir os regramentos para o empreendimento, e se tratando de uma loja de aquários, essa deve seguir a legislação vigente, a qual veremos a seguir.

3.3.4. Legislação

Um ponto importante a ser levado em consideração quando se pensa em empreender no aquarismo se refere à legislação. De acordo com Cardoso et al (2021), a regulamentação do negócio em aquariofilia acontece pela inscrição no Registro Geral da Atividade Pesqueira (RGP) para comerciantes de animais vivos com fins de ornamentação e de aquariofilia, essa inscrição pode se dá de duas maneiras: pelo Registro de Empresa que Comercializa Organismos Aquáticos Vivos (ECOAV) e/ou pelo Registro de Aquicultor. As normas e critérios de inscrição estão estabelecidos na Instrução Normativa MPA nº 06/2011. Após a última mudança na gestão do governo brasileiro em 2018, a Secretaria Especial da Aquicultura e da Pesca, deixou de existir, sendo transferida sua responsabilidade para a Secretaria Geral da Presidência da República, publicado no Decreto nº 9.330/2018 (BRASIL, 2018).

Ainda mais, de acordo com normas legais do IBAMA, também se faz necessário o Cadastro Técnico Federal de Atividades Potencialmente Poluidoras (CTF/APP), cadastro realizado pelo site do IBAMA, tendo uma taxa anual, após a conclusão do

cadastro, que é estabelecido de acordo com o porte da empresa (Cardoso et al, 2021). Além das licenças e cadastros, também se faz necessário liberação para o transporte de animais aquáticos vivos. Antes utilizava-se a Guia de Trânsito de Peixes Ornamentais - GTPON, mas essa deixou de ser utilizada e atualmente a Nota Fiscal Eletrônica (NFE) é suficiente para ser utilizada como documentação para o trânsito de organismos aquáticos vivos com fins de ornamentação e de aquarofilia (CARDOSO et al, 2021).

Reforça-se aqui que a legislação tem instâncias federais, estaduais e municipais, assim o novo empreendedor deve se atentar para as diferentes leis nas diferentes instâncias, pois cada estado da Federação pode exigir diferentes documentações/licenças.

4. MATERIAL E MÉTODOS

4.1 Área de estudo

O estudo teve como base de dados a implantação da empresa Aquarium Home Fish, situada na cidade de Feira de Santana - BA (Figura 2), a 116 quilômetros da capital Salvador. A cidade é de grande importância para o estado da Bahia uma vez que possui uma população estimada de 609.913 habitantes e gerando um PIB aproximado de R\$11 bilhões de reais. A cidade, também conhecida como Princesinha do sertão, é a segunda cidade mais populosa do estado e considerada um marco geográfico da região do Recôncavo e do sertão, sendo banhada pelo rio Jacuípe, importante fonte de água.



Figura 2- Cidade de Feira de Santana, segunda maior da Bahia.

A empresa em estudo foi a Aquarium Home Fish, que iniciou suas atividades em 2017 em um ponto comercial de 45 m² construído ao lado da residência da família

do proprietário, sendo a forma encontrada para abertura da loja sem ter um custo fixo de aluguel. Após aproximadamente dois anos, em 2019, e já tendo conquistado uma clientela na cidade, ocorreu a mudança de ponto comercial, agora ocupando um espaço de 160 m², e com maior visibilidade devido estar localizado em avenida de grande fluxo de veículos. Nesse período de mudança muitos dados de controle das vendas foram perdidos, assim justificando a concentração desse estudo nos anos de 2020 e 2021.

4.2 Análise financeira

Esse estudo se caracteriza como qualitativo, utilizando como método de pesquisa o estudo de caso e análise documental. De acordo com Neves (1996) a pesquisa qualitativa se configura como um conjunto de técnicas interpretativas que buscam descrever e compreender o objeto de estudo, interpretando os fenômenos que se apresentam. Com ela, torna-se possível a obtenção de dados descritivos através de um contato mais direto e participativo do pesquisador. No nosso caso, o pesquisador é o próprio empresário fornecedor dos dados do estudo.

A utilização do estudo de caso como método de pesquisa se justifica, pois, este permite uma análise profunda e detalhada do fenômeno que será estudado, possibilitando conhecer variáveis que o influenciam, inseridos em um contexto específico (NEVES, 1996). Isso nos traz maior segurança em afirmar os dados apresentados, uma vez que são fontes confiáveis. Além disso, a pesquisa documental também foi utilizada como método complementar, com o objetivo de examinar materiais e documentos existentes na empresa, mas que ainda não tinham sido analisados (NEVES, 1996). Assim, eles servem como uma base para aprofundar o conhecimento sobre a implantação de uma loja de aquarismo, além de contextualizar a realidade em uma cidade interiorana da Bahia.

Inicialmente realizou-se uma pesquisa bibliográfica nas principais bases de dados de artigos científicos (Google Acadêmico, SciELO e Portal CAPES), utilizando palavras chave como aquarismo e empreendedorismo. Em seguida, estabeleceu-se os índices financeiros a serem analisados e também os principais pontos na implantação de uma loja de aquarismo, como o planejamento estratégico. A análise dos índices financeiros foi baseada nas teorias de gestão financeira e de controle, e

foi realizada uma análise documental do material existente na empresa Aquarium Home Fish, no período de janeiro de 2020 a junho de 2021, ou seja, 18 meses.

O fluxo de caixa foi calculado seguindo a metodologia do SEBRAE (2021d), que define o fluxo de caixa como a diferença entre as entradas (faturamento) e saídas (compras), em um determinado período, neste estudo sendo o período de análise do fluxo de caixa mensal. A DRE foi calculada e analisada utilizando-se como base metodológica o SEBRAE (2019), no qual foi encontrada a receita líquida, depois calculou-se o lucro bruto, e por fim, foi encontrado o resultado líquido do exercício. Para a análise do DRE considerou-se o período mais longo de análise (semestral).

A análise da lucratividade foi realizada tendo como base as orientações mais recentes do manual SEBRAE (2021b) e seu cálculo realizado pela divisão do lucro líquido obtido em determinado período pelo faturamento no mesmo período, utilizando a seguinte fórmula: **Lucratividade = (Lucro Líquido / Faturamento) x 100**. A rentabilidade também foi analisada sob a mesma metodologia, seu cálculo sendo feito através da divisão do lucro da empresa em um período pelo valor do investimento inicial (ou o valor atual do negócio): **Rentabilidade = (lucro líquido/ investimento inicial) x 100**, sendo que o resultado é obtido em percentual e apresenta a rentabilidade do negócio no período correspondente o seu cálculo (SEBRAE, 2021a). Já o prazo de retorno do investimento, que busca medir em quanto tempo o capital investido na empresa terá o retorno, sua análise foi realizada utilizando a divisão do investimento total pelo lucro líquido obtido, foi utilizado o cálculo **PRI = Investimento Total / Lucro Líquido** (SEBRAE, 2018a).

Por fim, a análise do capital de giro foi realizada através de uma planilha que considera o cálculo entre o prazo médio de estoque (PME), prazo médio de recebimento (PMR), prazo médio de pagamento (PMP) e o desembolso total anual, resultando na necessidade de capital de giro (SEBRAE, 2021c). No Quadro 1 podemos visualizar as principais fórmulas utilizadas.

Quadro 1. Principais fórmulas dos índices analisados

Índice	Fórmula	Fonte
FLUXO DE CAIXA	$FC = \text{entradas} - \text{saídas}$	SEBRAE, 2021d
DRE	$DRE = \text{custos} - \text{faturamento}$	SEBRAE, 2019
LUCRATIVIDADE	$LC = (\text{lucro} / \text{faturamento}) \times 100$	SEBRAE, 2021b
RENTABILIDADE	$RE = (\text{lucro} / \text{investimento}) \times 100$	SEBRAE, 2021a
PRI	$PRI = \text{investimento} / \text{lucro}$	SEBRAE, 2018a
CAPITAL DE GIRO	$PME + PMR - PMP = \text{ciclo financeiro}$	SEBRAE, 2021c
	$\text{Giro de caixa anual} = 360 / \text{ciclo financeiro}$	
	$\text{Necessidade de capital de giro} = \text{desembolso anual} / \text{giro de caixa anual}$	

5. RESULTADOS

5.1 Avaliação econômica

Aqui apresentamos os principais índices calculados nesse estudo de caso, utilizando as fórmulas apresentadas no Quadro 1, seguindo a metodologia do SEBRAE.

5.1.1 Investimentos

Inicialmente é importante falar sobre o investimento para montar uma loja de aquarismo. O investimento inicial reúne os gastos de montagem e estruturação da empresa, como estoque, instalações, reformas, mobiliário ou qualquer outro item necessário para o funcionamento. No levantamento realizado na empresa Aquarium Home Fish (AHF), os dados de todo o investimento inicial utilizado na sua montagem, baseou-se numa estimativa do valor que foi investido, apresentados no Quadro 2.

Um ponto que destacamos é a possibilidade do empreendedor, no ramo do aquarismo, produzir os próprios aquários, reduzindo os custos com esses itens e, no caso da Aquarium Home Fish (AHF), sendo uma estratégia encontrada para reduzir o investimento, uma vez que fica mais oneroso a terceirização desses serviços. Um exemplo de aquários com menor custo é o apresentado por Barreto e Ramos (2017), onde há redução nos custos de produção em torno de 62%, utilizando o piso cerâmico (Aquapiso) nas laterais e fundo do aquário (Figura 3).

Quadro 2. Investimentos para abertura da Aquarium Home Fish

ESTIMATIVA DE VALORES INVESTIDOS	
<i>Descrição</i>	<i>Valor</i>
Reforma do ponto comercial	R\$ 15.750,00
Material para mobiliário	R\$ 14.250,00
Equipamentos	R\$ 14.800,00
Animais	R\$ 8.000,00
Fachada da loja	R\$ 4.700,00
Capital de Giro	R\$ 2.500,00
TOTAL	R\$ 60.000,00

Outro ponto importante é entender que, na maioria das vezes, inicialmente a grande maioria das compras de equipamentos e animais são pagos à vista, uma vez que o empresário ainda não tem um relacionamento prévio com os fornecedores, gerando confiança empresarial; foi o caso da AHF. Esse fator acaba tornando o desembolso inicial maior, retirando parcela reservada para o capital de giro. Já os gastos relativos a impostos e contabilidade, em primeiro momento, não foram aferidos, pois o empreendedor optou por Microempreendedor Individual - MEI, tendo como característica dessa modalidade de negócio ser isento de alguns impostos, além da dispensa de um contador.



(Fabrício Ramos, 2021)

Figura 3. Exemplo de Aquapisos, aquários confeccionados com laterais e fundo de pisos cerâmicos

No Quadro 3 apresentamos o investimento, pormenorizado, na montagem da loja de aquários, detalhando os investimentos realizados, assim como o dinheiro reservado em caixa para capital de giro.

Os investimentos para o início de uma empresa nos dias atuais devem ser atualizados, principalmente pelo fato que durante o período da pandemia os materiais de construção tiveram uma elevação expressiva nos preços. Além do valor de aquisição de materiais, animais e reforma apresentados no quadro anterior, também foi apresentado o valor de capital de giro, esse em caixa para suprir dívidas fixas e variáveis, mas identificamos que o valor do capital de giro foi bem abaixo do necessário, não sendo a quantia ideal para o início de um negócio, onde o SEBRAE

(2021c) recomenda, em geral, de 50 a 60% do total dos ativos de uma empresa representando a fatia correspondente ao capital de giro ideal. Veremos mais à frente valores ideais para a AHF.

Quadro 3. Cronograma físico-financeiro para abertura da Aquarium Home Fish

Cronograma Físico - Financeiro		
Reforma ponto comercial	Pedreiro	R\$ 6.250,00
	Gesseiro	R\$ 2.100,00
	Eletricista	R\$ 900,00
	Material elétrico	R\$ 2.500,00
	Materiais de construção	R\$ 4.000,00
Material para mobiliário	Madeira para os móveis	R\$ 5.500,00
	Vidro para os aquários	R\$ 7.000,00
	Vidro para os móveis	R\$ 1.000,00
	Ferragens	R\$ 750,00
Equipamentos	Filtros internos e externos	R\$ 2.000,00
	Bombas	R\$ 3.000,00
	Ornamentação e Enfeites	R\$ 4.000,00
	Rações	R\$ 1.500,00
	Acessórios	R\$ 1.500,00
	Luminárias	R\$ 2.800,00
Animais	Fornecedor de peixes amazônicos	R\$ 2.000,00
	Fornecedor de peixes -MG	R\$ 2.000,00
	Fornecedor de peixes - CE	R\$ 2.000,00
	Fornecedor de peixes marinhos e corais - SP	R\$ 2.000,00
Fachada da loja	Logomarca com luminoso	R\$ 3.700,00
	Porta de vidro e vidraça	R\$ 1.000,00
Financeira	Capital de giro	R\$ 2.500,00
TOTAL		R\$ 60.000,00

5.1.2 Fluxo de caixa, custos e receitas

O fluxo de caixa foi outro índice financeiro analisado no estudo de caso, utilizando o cálculo de fluxo de caixa mensal, pois não haviam dados suficientes para realizar esse fluxo de caixa diário. Aqui já alertamos ao futuro empreendedor que quanto mais detalhado é o fluxo de caixa, no sentido temporal, maior é a compreensão futura da sazonalidade do mercado. No fluxo de caixa são consideradas entradas (vendas de produtos e serviços) e também as saídas (custos fixos e variáveis), além disso também pode-se considerar o prazo de recebimento dos pagamentos, como cartões de crédito de forma parcelada, uma vez que os cheques não são mais elementos comuns no mercado financeiro.

Quanto às receitas e custos da empresa, as receitas se caracterizam como tudo aquilo que fica de lucro na organização, enquanto que os custos se caracterizam como todos os gastos fixos e variáveis do negócio. As receitas e custos da empresa não possuem valores fixos, já que variam de acordo com a sazonalidade das vendas e dívidas de determinado período.

Nos quadros 4 e 5 apresentamos o fluxo de caixa mensal da empresa no período de estudo. É possível observar que não há um padrão nos valores, sendo variável tanto os de entrada quanto de saída. Isso é óbvio por alguns motivos, mas destacamos que a empresa, enquanto marca, quanto o local de instalação, não eram conhecidos pelo público consumidor, logo refletindo um menor numerário inicial, de entrada e saída inicial, crescente à medida que a empresa ficou conhecida. Alguns meses como janeiro, fevereiro e março apresentaram uma menor receita, quando comparado a outros meses que apresentaram valores mais expressivos. Nessa análise duas perspectivas podem ser consideradas, a do cliente e a da loja.

Na perspectiva do cliente há priorização de gastos mais essenciais e necessários, pois todo início de ano incide desembolsos com gastos do final do ano anterior (Natal, Réveillon) e, segundo Cresol (2018), pagamentos de contas anuais (IPTU e IPVA, por exemplo) e gastos escolares (matrícula, material escolar, etc.), o que afeta o poder de compra dos clientes em potencial. Na perspectiva da loja, além de uma menor entrada, também há a necessidade de uma reposição de estoque, pois muitos produtos que são vendidos no final de ano, não são repostos de imediato devido ao período festivo, onde a loja fica fechada e não é recomendável manter

estoque vivo. Para além disso, as compras para repor o estoque foram forçosamente adiadas para o início do ano seguinte, pois muitos fornecedores entram em férias coletivas, interrompendo o atendimento ao cliente-lojista.

Quadro 4. Fluxo de caixa discriminado do ano de 2020 da AHF

2020			
Mês	ENTRADA	SAÍDA	SALDO
Janeiro	R\$ 21.359,48	R\$ 20.339,94	R\$ 1.019,54
Fevereiro	R\$ 15.119,40	R\$ 15.746,51	R\$ - 627,11
Março	R\$ 17.409,35	R\$ 15.064,30	R\$ 2.345,05
Abril	R\$ 15.997,40	R\$ 11.965,00	R\$ 4.032,40
Maiο	R\$ 17.702,50	R\$ 12.182,76	R\$ 5.519,14
Junho	R\$ 20.121,20	R\$ 13.745,50	R\$ 6.375,70
Julho	R\$ 26.486,30	R\$ 14.140,93	R\$ 12.345,37
Agosto	R\$ 17.659,10	R\$ 16.976,27	R\$ 682,83
Setembro	R\$ 21.872,40	R\$ 18.401,90	R\$ 3.470,50
Outubro	R\$ 30.747,00	R\$ 26.365,05	R\$ 4.381,95
Novembro	R\$ 36.578,40	R\$ 23.190,05	R\$ 13.388,35
Dezembro	R\$ 51.806,40	R\$ 36.293,50	R\$ 15.512,90
TOTAL	R\$ 292.859,33	R\$ 224.352,33	R\$ 68.446,62

Quadro 5. Fluxo de caixa do primeiro semestre do ano de 2021 da AHF

2021			
Mês	ENTRADA	SAÍDA	SALDO
Janeiro	R\$ 37.865,96	R\$ 37.635,81	R\$ 230,15
Fevereiro	R\$ 23.559,25	R\$ 28.829,24	R\$ - 5.269,99
Março	R\$ 30.977,48	R\$ 38.844,44	R\$ - 7.866,96
Abril	R\$ 34.603,76	R\$ 33.127,61	R\$ 1.476,15
Maiο	R\$ 41.480,93	R\$ 36.818,80	R\$ 4.662,13
Junho	R\$ 45.795,59	R\$ 35.212,37	R\$ 10.583,22
TOTAL	R\$ 214.282,97	R\$ 210.468,27	R\$ 3.814,70

Quando se analisa o fluxo de caixa do período de estudo (Figura 4), nota-se que a empresa aumentou consideravelmente seu faturamento no ano de 2021, como também aumentou os custos associados, o que não refletiu um lucro líquido, que analisaremos mais à frente. O motivo possivelmente se deve à uma gestão empresarial não eficiente, assim como à falta de planejamento, além da ausência de um sistema gerencial automatizado, somado à incorreta definição de preço de venda de produtos e serviços. Adicionado a isso, fatores como a execução de projetos de lagos ornamentais acima da capacidade de construção da empresa fez com que tivesse um custo acima do planejado, chegando a gerar prejuízo, a pandemia da Covid-19 também impactou nas vendas. Por fim, a incapacidade de competir com o crescente mercado on-line, esmagador no ano de 2021, também deve ser considerado.

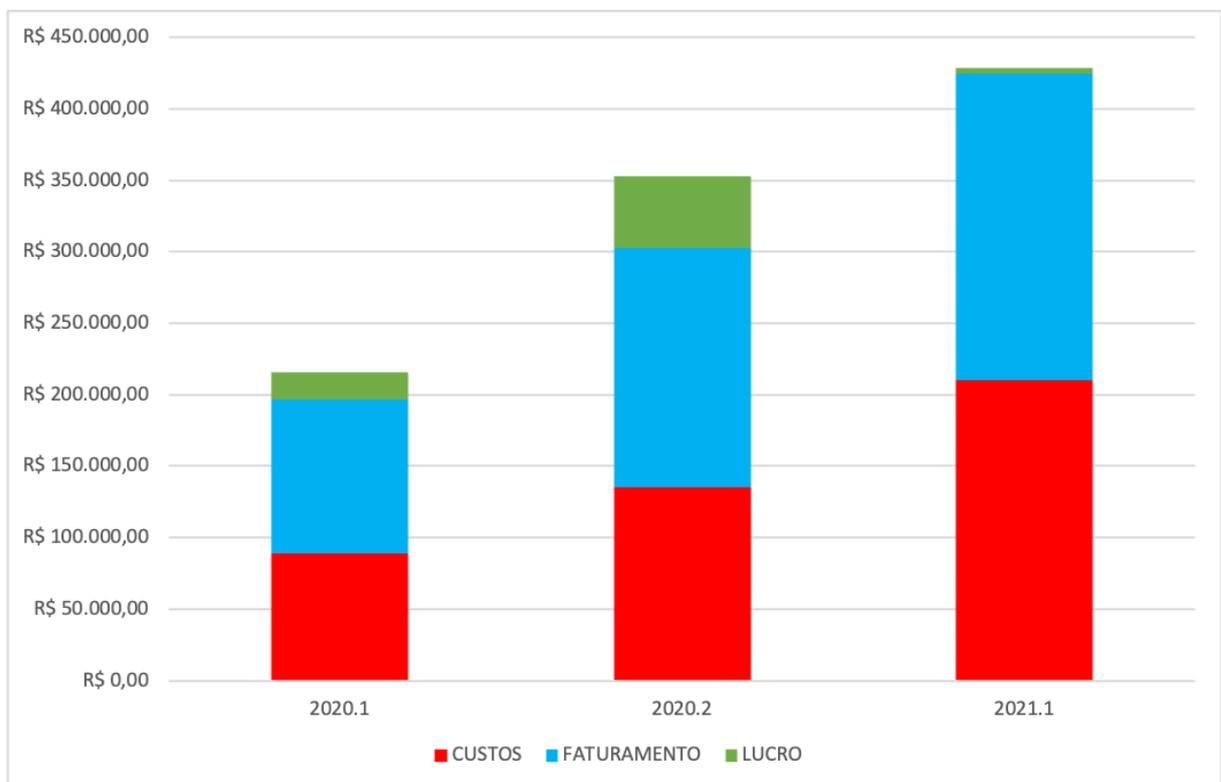


Figura 4. Custos e Receitas da empresa Aquarium Home Fish por semestre

Ao se comparar a receita e custo no período de estudo pode-se observar que a empresa apresentou uma elevação nas vendas no período de 2021.1 quando comparado ao ano anterior. Mas apesar dessa elevação do faturamento, não ocorreu aumento no lucro, pois houve aumento nos custos (maior investimento em estoque,

materiais, pessoal), assim essa elevação nos custos fez com que o lucro fosse reduzido.

5.1.3 - Demonstração do resultado do exercício - DRE

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) foi um índice analisado a partir dos custos e faturamento, no período do estudo, de forma semestral (2020.1, 2020.2 e 2021.1). No primeiro período a empresa obteve o valor de R\$18.664,72 de lucro, ou seja, o valor de lucro existente para o proprietário depois que paga todas as dívidas do período. Já em 2020.2 esse valor foi de R\$ 49.781,90, mais que o dobro do valor do período anterior. É importante observar que não apenas as receitas aumentaram nesse período, mas também os custos da organização. Assim, podemos dizer que o DRE dos períodos de 2020.1 e 2020.2 foram positivos, ou seja, a empresa apresentou lucro.

Já o período de 2021.1 apresentou R\$ 3.814,70 de lucro enquanto que teve R\$ 210.468,27 de custos. Quando comparado ao período anterior houve um aumento de mais de 130% nos custos do negócio, porém o lucro teve uma redução de quase 80%. Esse aumento dos custos pode ser devido a fatores como mudança no enquadramento do negócio (saiu de MEI para microempresa), com isso ocorreu aumento nos impostos pagos, contratação de serviço de contabilidade, além da contratação de mais funcionários, todos esses fatores contribuíram para esse aumento nos custos do negócio desse período. Mas as receitas ainda não acompanharam esses novos investimentos realizados dentro da empresa. Se comparado ao período anterior, o DRE de 2021.1 não foi satisfatório, não se podendo afirmar que a empresa teve prejuízo, pois teve um saldo positivo, porém esse saldo é muito pequeno se comparado ao mesmo período no ano anterior.

5.1.4 - Lucratividade

Na análise inicial de lucratividade foi levado em consideração o ano base 2020. A empresa em estudo apresentou um faturamento de R\$ 292.859,33 e lucro líquido de R\$ 68.446,62.

$$\text{Lucratividade} = \frac{R\$ 68.446,62}{R\$ 292.859,33} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = 0,23 \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = 23\%$$

No período de 2020 o negócio apresentou uma lucratividade de 23%, ou seja, a cada R\$100,00 em venda R\$23,00 são de lucro. Com isso observou-se que mesmo diante de todas as adversidades em decorrência do início da pandemia, período de mais *lock down*, a empresa conseguiu se manter e obter lucros. O cálculo da lucratividade apresenta uma estimativa geral, visto que existem produtos/animais que geram mais lucros, enquanto outros geram menos. Comparando-se ao segmento Pet Shop, nossa lucratividade está próxima ao encontrado por Müller (2012), que foi de 30,20% em Ijuí/RS.

Também foi realizado o cálculo de lucratividade para o primeiro semestre de 2021, tendo nesse período o faturamento total de R\$ 214.282,97 e lucro líquido de apenas R\$ 3.814,70, alcançando pífios 1,7% de lucratividade.

$$\text{Lucratividade} = \frac{R\$ 3.814,70}{R\$ 214.282,97} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = 0,017 \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = 1,7\%$$

Assim, para o período de 2021.1 foi observado uma queda acentuada na lucratividade, mas em contrapartida ocorreu uma elevação no faturamento. Essa redução na lucratividade pode ser explicada por reinvestimentos realizados na loja, visto que teve aumento nas vendas, mas também teve elevação de custos. Quando comparado ao mesmo período de 2020 (primeiro semestre) que auferiu um faturamento de R\$ 107.709,63 e um lucro de R\$ 18.664,72, temos uma lucratividade de 17%, ou seja, dez vezes maior que em 2021.1. Isso nos remete a uma outra análise, não feita nesse estudo, sobre o ponto de equilíbrio financeiro, pois aumentar as vendas sem olhar para os custos, pode não gerar mais lucro.

5.1.5 - Prazo de retorno do investimento

Ao se analisar o prazo de retorno do investimento, consideramos o valor do capital inicial aplicado, porém como a empresa em estudo já estava em funcionamento, levou-se em consideração o cálculo do capital inicial R\$ 60.000,00 mais um valor de reinvestimento de R\$ 40.000,00. Assim, obteve-se o valor total de investimento de R\$ 100.000,00 e o lucro líquido no período de 2020 foi de R\$ 68.446,62, tendo um Prazo de Retorno do Investimento de:

$$\text{PRI} = \frac{\text{R\$ } 100.000,00}{\text{R\$ } 68.446,62} = 1,46 \text{ anos (1 ano e 5 meses)}$$

Nesse cálculo o prazo do retorno de investimento seria de aproximadamente 1 ano e 5 meses, ou seja, a empresa recapitalizaria e passaria a dar lucros reais a partir desse período. Quando comparado ao estudo realizado por Ferreira e Leandro (2018), que tiveram uma estimativa do PRI de um Pet Shop em 12 meses, o resultado apresentado pela AHF tem um bom índice, mesmo estando 50% acima, pois a rentabilidade, que falaremos a seguir, é alta, o que atrai mais interesse de investidores e permite a possibilidade de conseguir financiamentos, tanto para implantação quanto para ampliação do negócio.

5.1.6 - Rentabilidade

Na análise da rentabilidade foi considerado o valor do capital inicial aplicado ou valor atual do negócio, assim levando-se em consideração o valor total atual de investimento de R\$ 100.000,00 e o lucro líquido no período de 2020 de R\$ 68.446,62, encontrando uma Rentabilidade de 68%, como vemos na memória de cálculo abaixo.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ } 68.446,62}{\text{R\$ } 100.000,00} \times 100 = 68\%$$

Assim, no ano de 2020 a empresa em estudo apresentou uma rentabilidade de 68%, que pode ser considerada uma ótima rentabilidade quando comparada com a inflação do mesmo ano e também considerando-se a rentabilidade encontrada por Müller (2012) em um Pet Shop na cidade de Ijuí/RS, sendo essa de 40,33%. Assim, neste estudo de caso, observamos que uma loja de aquários no interior da Bahia

(Feira de Santana) auferiu 70% a mais de lucratividade quando comparada com um Pet Shop no interior do Rio Grande do Sul (Ijuí).

5.1.7 - Capital de giro

Na análise do capital de giro foi considerado o cálculo entre o prazo médio de estoque (PME), prazo médio de recebimento (PMR), prazo médio de pagamento (PMP) e o desembolso total anual (gasto total da empresa em período de 12 meses), resultando na necessidade de capital de giro.

Cálculo de capital de giro:

Ciclo financeiro: $60 + 4 - 30 = 34$ (dias)

Giro de caixa anual: $360/34 = 10,58$ (vezes por ano)

Necessidade de capital de giro 2020: $224.352,33 / 10,58 = R\$ 21.205,32$

Necessidade de capital de giro 2021: $210.468,27 / 5,29 = R\$ 39.786,06$

Nesse cálculo utilizou-se os custos dos anos de 2020 e 2021.1 e foi demonstrado os valores necessários de capital de giro para cada ano. O capital de giro faz-se necessário pois possibilita uma segurança financeira do negócio, assim como as vendas são variadas, não ocorrendo de forma similar em todos os períodos, é importante que tenha dinheiro em caixa para cobrir as dívidas existentes na empresa, mesmo com poucas vendas.

5.2. Estrutura organizacional

A estrutura organizacional é a forma na qual a empresa está dividida e hierarquizada, ela vai definir como a gestão é realizada, como acontecem as atividades e comunicação entre as áreas da organização. Na empresa em estudo, de forma inicial não existia uma estrutura organizacional bem definida, visto que o proprietário fazia todas as atividades necessárias dentro da organização, como: lidava com os compras e fornecedores, era responsável pelas vendas e atendimento, fabricava os aquários e móveis que eram vendidos sob encomenda, e também realizava a entrega e montagem dos aquários, sendo que nos meses seguintes ainda ocupou-se de serviços externos, realizando a manutenção dos aquários nas residências dos clientes. Conforme a loja foi crescendo a carteira de clientes, viu-se a necessidade de auxílio em alguns setores, porém a empresa não estava organizada financeiramente o suficiente para contratar funcionários (e talvez ainda não acreditasse no sucesso da empresa), assim o proprietário contou com ajuda de familiares (irmã, mãe, esposa) para fazer o atendimento aos clientes. Essa informalidade na estrutura organizacional deve ser evitada, mas é a realidade de muitas micro e pequenas empresas, principalmente no seu início de funcionamento.

No último levantamento a empresa contava com três funcionários, além do sócio fundador e da sócia gerente, que auxiliavam na área de gestão administrativa e de pessoas. Nessa configuração da estrutura organizacional as funções são definidas conforme a figura 5.

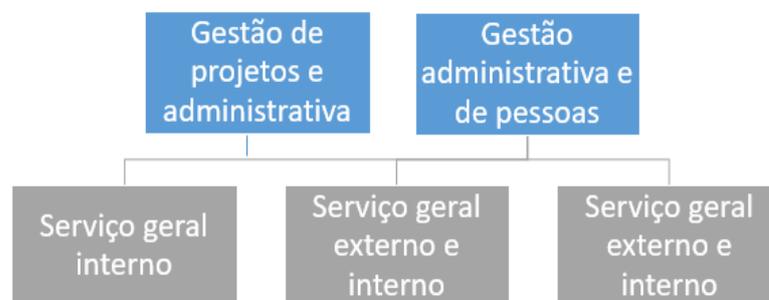


Figura 5. Estrutura organizacional da Aquarium Home Fish

A gestão de projetos e administrativa é realizada pelo sócio fundador, envolvendo atividades como: desenvolvimento de projetos de aquários e lagos ornamentais, execução de projetos de aquários e lagos, comunicação com clientes, comunicação com fornecedores, organização financeira e administrativa da empresa. A gestão administrativa e de pessoas é realizada pela sócia gerente, essa função engloba a comunicação com fornecedores, organização financeira e administrativa da empresa, comunicação com contabilidade, gestão de funcionários.

O serviço geral interno é realizado por um funcionário que fica dentro da loja, nessa função constam atividades como: organização da loja, limpeza de aquários, organização de produtos, atendimento ao cliente na loja e por mídias digitais. Já o serviço geral externo e interno são realizados por dois funcionários que ficam tanto na loja, quanto saem para realização de serviços externos: organização da loja, limpeza de aquários, organização de produtos, atendimento ao cliente, manutenção de aquários e lagos de cliente, execução de projetos de aquários e lagos.

Essa configuração atual da estrutura organizacional consideramos ainda não ser a ideal, visto que as funções ainda não estão totalmente definidas e ainda há o acúmulo de atividades, principalmente por parte do sócio fundador.

5.3. Planejamento estratégico

A empresa em estudo não possuía um planejamento estratégico de uma forma mais detalhada, por isso, optou-se por fazer um levando-se em consideração às especificidades do ramo de aquariorfilia, chegando ao resultado mostrado abaixo.

Planejamento estratégico

Missão: A Aquarium Home Fish busca levar um “pedaço da natureza” para dentro dos diversos ambientes através dos aquários e lagos ornamentais. Assim, procura atender os padrões de exigência e qualidade nos produtos e serviços, visando a satisfação e bem-estar dos clientes.

Visão: Em cinco anos ser referência em projetos personalizados para aquarismo e lagos ornamentais e ser uma das referências em produtos para aquarismo na Bahia.

Valores:

- Prezar a satisfação e o bom atendimento do cliente;
- Ambiente agradável e harmonioso para clientes e funcionários;
- Integridade nas negociações com clientes e fornecedores;
- Fomentar o desenvolvimento do aquarismo no país;
- Respeito a vida e dignidade de pessoas e animais;
- Busca constante por aperfeiçoamento e inovação nos seus produtos e processos.

Análises interna e externa:

	Análise interna	Análise externa
Força / Oportunidades	Loja especializada em aquarismo (aquários e lagos). Atendimento personalizado aos clientes, possibilitando fidelização destes.	O proprietário possui conhecimento especializado na área, fazendo assim com que o serviço seja diferenciado. Possui uma maior variedade de animais marinhos, englobando um público específico.
Fraquezas / Ameaças	Possui fornecedores limitados, influenciando nas vendas e prazo de entrega dos produtos e/ou serviços. Não possui um bom plano de marketing, assim ainda não alcança uma grande parcela dos clientes potenciais.	Trabalhar apenas com aquariofilia restringe possibilidades de ganhos com pets em geral. Ainda não tem uma atuação em vendas online.

Formulação de objetivos e metas:

Objetivos/Metas	Estratégias	Avaliação de estratégias
Aumentar quantidade de fornecedores	Procurar contatos de outros lojistas de novos fornecedores; Procurar na internet e em mídias sociais contato de outros fornecedores.	Entrar em contato com novos fornecedores e conhecer produtos e condições de pagamento que eles possuem.
Iniciar produção de corais	Definir espécies que deseja produzir; Montar sistema para produção.	Ver se as espécies de corais escolhidas se desenvolveram nas condições que foram montadas.

Avaliação das etapas do processo:

- Os objetivos/metasp foram alcançados?
- Se sim, quais outras etapas devem ser realizadas?
- Se não, o que não funcionou e precisa ser revisto?

5.4. Plano de negócio

A empresa em estudo não possuía um plano de negócio com todas as informações necessárias, assim, optou-se pelo desenvolvimento de um modelo adaptado do SEBRAE (2013), levando em consideração as especificidades do ramo do aquarismo.

Plano de negócio

Antes de iniciar um plano de negócio é importante ter convicção da escolha que está sendo realizada, para além de gostar de aquários, lagos e peixes, empreender na área da aquariofilia exige conhecimento em gestão de negócios, é necessário saber lidar com pessoas, além do conhecimento técnico para desenvolver um bom trabalho na área. Assim, se faz importante levar em consideração alguns pontos antes de decidir montar seu negócio em aquarismo.

1- Perfil do empreendedor

Nesse ponto algumas perguntas devem ser respondidas como:

- Tenho conhecimento no ramo de aquariofilia?
- Tenho capacidade de assumir riscos, não tendo medo de desafios?
- Tenho um senso de organização, buscando estabelecer e alcançar metas?
- Gosto de me manter atualizado sobre a área, buscando sempre novas informações sobre animais e produtos?

2- Mercado

- Como é o mercado na aquariofilia no local que desejo abrir meu negócio?
- Quais são as oportunidades que esse mercado possui?
- Quais são os riscos existentes nesse ramo?
- Quanto de dinheiro tenho disponível para investir e em quanto tempo terei esse retorno?

- Quem é o meu público alvo, quais são as características dele, como irei alcançá-lo?
- Quem são os meus concorrentes, quem desenvolve um trabalho semelhante?
- Quem são os meus fornecedores?

3- Legislação

- Qual documentação necessária para abrir uma loja de aquário?
- Quais liberações necessito (municipal, estadual, federal)?

4- Esclarecimentos tributários

- Qual o porte de pessoa jurídica que a minha empresa irá se enquadrar (MEI, Microempresa, Pequena empresa)?
- Qual enquadre tributário preciso ter?
- Quais tributos municipais, estaduais e federais que preciso pagar?

Depois de todas essas informações recolhidas e tendo sido tomada a decisão de empreender no aquarismo, agora passa-se para o desenvolvimento de um plano de negócio que tem como objetivo descrever as metas de um negócio e definir os passos necessários para se alcançar esse objetivo.

1- Sumário executivo

É o resumo das principais áreas do plano de negócio, nele deve conter algumas informações como:

- Dados do empreendedor, experiência, formação;
- Missão, visão, valores da empresa;
- Enquadramento jurídico;
- Capital social;
- Principais pontos abordados no plano de negócio (produtos, serviços, clientes, localização, fornecedores, ...).

2- Análise do mercado

- Definição do público alvo que deseja atingir (características gerais, interesses, localização);
- Análise dos concorrentes;
- Análise dos fornecedores;

3- Plano de marketing

- Descrição dos principais produtos e serviços;
- Formação de preço;
- Estratégias promocionais que serão utilizadas;
- Estrutura de comercialização (vendedores internos, vendedores externos, vendas online);
- Localização do negócio;

4- Plano operacional

- Arranjo físico (como produtos/ setores ficarão posicionados);
- Cálculo de capacidade produtiva (quanto a empresa consegue produzir em um determinado período);
- Definição de processos operacionais necessários dentro da empresa;
- Quantas pessoas são necessárias para que a empresa funcione (qual cargo/ função de cada uma, quais as qualificações necessárias)?

5- Plano financeiro

- Qual o investimento total para abrir o negócio de aquarismo (reforma, produtos, ...)?
- Quais estimativas de investimentos?
- Qual o capital de giro necessário?
- Qual a estimativa de faturamento mensal da empresa?
- Quais estimativa de custos?
- Indicadores de viabilidade do negócio (DRE, lucratividade, rentabilidade, prazo de retorno do investimento)

6- Construção de cenários

- Análise de cenários pessimistas e otimistas no negócio, buscando antecipar possíveis situações a serem vivenciadas e planejar a melhor maneira de lidar com elas.

7- Avaliação estratégica

- Análise de mercado interno (pontos fortes e fracos)
- Análise de mercado externo (oportunidades e ameaças)

8- Avaliação do plano de negócio

- Analisar as informações apresentadas no plano de negócio avaliando a sua viabilidade.

6. CONCLUSÕES

Conforme estudo de caso analisado no município de Feira de Santana – Ba conclui-se que a pesquisa de estudo de caso tem importância acadêmica e social, uma vez que traz a realidade como ferramenta de análise. O interesse nessa análise é importante para subsidiar futuros investimentos no setor, como forma de atuação profissional.

De forma inicial, havia a vontade de empreender no aquarismo, porém não havia o conhecimento técnico necessário como gestão de negócio, planejamento e estudo de mercado. Mesmo assim, optou-se por investir no negócio e abrir uma loja de aquários na cidade de Feira de Santana. Com o presente estudo pode-se concluir que empreender no aquarismo em Feira de Santana se mostra viável, uma vez que consideremos os seguintes dados financeiros:

- O DRE do exercício de 2020 foi de R\$ 68.446,62, concluindo que a empresa apresentou lucro;
- A Lucratividade auferida foi de 23%, o que foi um bom resultado para o segmento *pet*;
- O Prazo de Retorno do Investimento foi de 01 ano e 05 meses, considerado um rápido retorno do investimento;
- A Rentabilidade foi de 68%, concluindo que o aquarismo mostra-se como um negócio rentável.

Assim, empreender no aquarismo na cidade de Feira de Santana demonstrou viabilidade, conforme dados de índices financeiros: Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), a Lucratividade, a Rentabilidade e o Prazo de Retorno do Investimento.

Nesse estudo, o fato da empresa analisada ter começado sem um planejamento adequado fez com que ela não utilizasse todo o potencial existente na área e não atingisse grande parte do público consumidor do ramo. Dessa forma, alguns pontos devem ser considerados, servindo de orientação para próximos investidores:

- É importante que antes da montagem de um negócio seja desenvolvido um estudo de mercado, pois assim, o empreendedor pode direcionar melhor os seus investimentos para a área que seja mais rentável;
- É necessário aprimorar conhecimentos básicos na área de gestão, finanças, administração e vendas, pois apenas a proximidade e o conhecimento na área de aquarismo não são suficientes para o sucesso do negócio;
- É importante desenvolver o planejamento para a montagem do empreendimento, pontos como: planejamento estratégico, plano de negócio e gestão de negócio são fundamentais para que a empresa alcance seus objetivos e gerem lucro para o empreendedor.

Finalmente concluiu-se que é possível empreender no aquarismo, por ser um negócio viável e rentável, mas vale salientar que é de alto risco, visto que se lida com animais vivos, além do que existe a sazonalidade que o hobby apresenta.

7. REFERÊNCIAS

ABINPET. **Informações gerais do setor Pet.** Disponível em: <http://abinpet.org.br/infos_gerais/>. Acesso em: 05.set.2019.

BARRETO, L.M.; FILHO, R. G.. **Pesquisa de opinião pública sobre o mercado de aquarismo na cidade de Valença - Bahia.** Anais do XVII Congresso Brasileiro de Engenharia de Pesca. Belém, Pará, 2011.

BARRETO, L.M. Potencialidades do aquarismo como prática promotora da consciência ambiental. **Acta Pesca News** 8[1]: 14-17, 2020.

CRESOL. **Gastos do início do ano: 6 despesas que você deve esperar.** Disponível em: <<https://blog.cresol.com.br/gastos-do-inicio-do-ano/>>. Acesso em: 05.set.2021.

FABBRI, C. B. **Decisão de investimento para inserção no mercado de pet shop.** 27f. Projeto técnico – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

FAGUNDES, A.K.S., RODRIGUES, B. C. **Viabilidade econômica e financeira em uma empresa do ramo de pet shop.** Centro Universitário São Lucas. Porto Velho, 2017.

FARIA, P.M.C., RIBEIRO, K., ALMEIDA, C.F., SANTOS, F.W.M., SANTOS, R.F.B. **O perfil dos aquicultores que abastecem o mercado.** Panorama de Aquicultura, 2016a.

FARIA, P.M.C., RIBEIRO, K., ALMEIDA, C.F., SANTOS, F.W.M., SANTOS, R.F.B. **Aquicultura ornamental: um mercado promissor.** Panorama de Aquicultura, 2016b.

FARIA, C. F. A. **Caracterização do mercado de aquarofilia no Rio Grande do Norte e a aquicultura ornamental de baixo custo de implantação.** Dissertação do Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PRODEMA/UFRN), 2018. 1-53.

FERRAZ, J. D., CASIMIRO A. C. R., PEREIRA, A. D., GARCIA, D. A. Z., JARDULI, L. R., MAGALHÃES, A. L. B. & ORSI, M. L. **Aquarismo “jumbo”: representa um potencial para introdução de espécies no Brasil?** Oecologia Australis, 2019. 23(3):519-535.

FERREIRA, L.P., LEANDRO, M. **Estudo de viabilidade financeira e econômica para abertura de um pet shop na cidade de Toledo.** Pós Fag: Programa de Pós graduação Lato sensu, 2018.

FOSSÅ, Svein A. et al. **Man-made fish: domesticated fishes and their place in the aquatic trade and hobby,** 2003.

GALHARDO, Leonor; OLIVEIRA, Rui. Bem-estar animal: um conceito legítimo para peixes?. **Revista de Etologia**, v. 8, n. 1, p. 51-61, 2006.

GELLER, I. V., GARCIA, D. A. Z., YABU, M. H. S., PEREIRA, A. D., FERRAZ, J. D., FERNANDES, A. G. J., MAGALHÃES, A. L. B., Orsi, M. L. **Aquarismo no Brasil: do simples ao complexo e o descarte de espécies não nativas**. BSBI nº 131 - março de 2020.

GIMENEZ, D. M. G., Cardoso, A. A. B., Bomfim, I. D. S. **Ferramentas de controle financeiro e de custos: estudo de caso em um pet shop no município de Juiz de Fora-MG**. Revista Eletrônica da Faculdade Metodista, 2016 n 21.

INSTITUTO PET BRASIL. Disponível em: <http://institutopetbrasil.com/imprensa/censo-pet-1393-milhoes-de-animais-de-estimacao-no-brasil/>

KORB, R. **Proposta de plano de negócio para pet shop**. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Federal de Santa Catarina, 2008.

MARTINS, M. F., BALBINI, N. W., & STANQUINI, C. S. **Zooterapia nas escolas: lições do passado e desafios para o futuro**, 2014. Acesso em Jan de 2016, disponível em <http://posvnp.org/simposios/2014/resumos/MariadeFatimaMartins.pdf>

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MÜLLER, D. V. **Estudo de viabilidade econômica do segmento de Pet Shop no município de Ijuí**. Monografia. 130 f, 2012.

NEVES, J.L. **Pesquisa qualitativa - características, usos e possibilidades**. Caderno de pesquisas em Administração, São Paulo, 1996. 1(3), 1-5.

PEREIRA, D. A. S. **Aquariofilia no Brasil: Identificação dos Aquariofilistas e as principais características da atividade em água doce**. TCC Curso Superior de Tecnologia em Aquicultura da Universidade Federal do Pampa, 2015.

RIBEIRO, F. DE A. S.; LIMA, M. T.; FERNANDES, C. **Panorama do mercado de organismos aquáticos ornamentais**. Boletim Sociedade Brasileira de Limnologia, 2010. 38(2), 15.

RUVER, M. D. W. **Análise da viabilidade de um empreendimento de venda de móveis**, Departamento de ciências administrativas, contábeis, econômicas e da comunicação. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, 2012.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócio**. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Brasília, 2006.

SEBRAE, 2008. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>.. Acesso 01 de setembro de 2021.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. SEBRAE (2011). **Análise e Planejamento Financeiro** – Manual do Participante. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Brasília, 2016.

SEBRAE, 2018a. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/prazo-de-retorno-do-investimento-pri,90da5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso 01 de setembro de 2021.

SEBRAE, 2018b. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/controle-as-financas-do-seu-negocio,4e2c438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD> Acesso 24 de agosto de 2021

SEBRAE. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Coleção de Manuais de Controles Básicos para micro e pequenas empresas, 2006.

SEBRAE, 2018c. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso 21 de agosto de 2021.

SEBRAE 2021a. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosFinancas/descubra-se-seu-negocio-e-rentavel,296ac97f2bc81510VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso 01 de setembro de 2021.

SEBRAE 2021b. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosFinancas/calculo-da-lucratividade-do-seu-negocio,21a1ebb38b5f2410VgnVCM100000b272010aRCRD> Acesso 01 de setembro de 2021.

SEBRAE, 2021c. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-peixes-ornamentais,7f587a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso 06 de setembro de 2021.

SEBRAE, 2021d. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigos/home/planilha-ajuda-a-fazer-fluxo-de-caixa-da-sua-empresa,adf8d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD> Acesso 06 de setembro de 2021.

SILVA. Fluxo de caixa como ferramenta de gestão financeira para microempresa. Trabalho de conclusão do curso (Administração). - Fundação do Município de Assis - FEMA, 2015.

SUSIN, S. Análise da lucratividade e rentabilidade na maior rede varejista do brasil. Centro De Ciências Econômicas, Contábeis E Comércio Internacional, Universidade De Caxias Do Sul, 2013.

TEIXEIRA, C. A. C., DANTAS, G. G. T., BARRETO, C. A. A importância do planejamento estratégico para pequenas empresas. Revista eletrônica científica da FAESB, 2015. 1 (2),104-123.

TERENCE. A.T.F., ESCRIVÃO, E. F. As particularidades das pequenas empresas no planejamento estratégico: a elaboração de um roteiro prático. Anais do II Egepe, 2001. 592-602.

TERENCE. A.T.F., ESCRIVÃO, E. F. Elaboração do planejamento estratégico: estudo e aplicação de um roteiro em pequenas empresas. Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, 2007. 1(2), 34-50.