

INSTITUTO FEDERAL
SÃO PAULO
Campus Presidente Epitácio

CINTIA NEVES RAMOS
HUGO MIRANDA WELLER
JOHN KENNEDY DA SILVA
LUCILLY OLIVEIRA DA SILVA
MATHEUS HENRIQUE S. SILVA



PRESIDENTE EPITÁCIO – SÃO PAULO

2017

CINTIA NEVES RAMOS
HUGO MIRANDA WELLER
JOHN KENNEDY DA SILVA
LUCILLY OLIVEIRA DA SILVA
MATHEUS HENRIQUE



Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenaria do Curso
de Administração do Instituto
Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia de São Paulo (IFSP),
como requisito parcial à obtenção do
título de Técnico em Administração.

Orientadores: Fernanda Neves
Iadocicco, Antônio Marcos Tomé,
Marcelo Roberto Zorzan.

PRESIDENTE EPITÁCIO – SÃO PAULO

2017

CINTIA NEVES RAMOS
HUGO MIRANDA WELLER
JOHN KENNEDY DA SILVA
LUCILLY OLIVEIRA DA SILVA
MATHEUS HENRIQUE



Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenaria do Curso
de Administração do Instituto
Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia de São Paulo (IFSP),
como requisito parcial à obtenção do
título de Técnico em Administração.

Orientadores: Fernanda Neves
Iadocicco, Antônio Marcos Tomé,
Marcelo Roberto Zorzan.

BANCA EXAMINADORA

Presidente Epitácio

07/12/2017

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, campus Presidente Epitácio, pela oportunidade de estudo em alta qualidade gratuito, caso contrário todo nosso trajeto não seria possível.

Aos colegas de classe pela parceria em todo nosso trajeto. Companheirismo, risadas, até mesmo discussões, são momentos que com certeza ficara na memória de todos nós. Amizades que perdurarão no tempo.

Nosso muito obrigado a todos os professores do curso de administração, não somente pela contribuição curricular, mas pelo espírito de companheirismo e incentivos em prosseguir fortemente.

Agradecemos especialmente aos nossos orientadores, Fernanda Neves, Marcos Tomé e Marcelo Zorzan, por todo o suporte, paciência, compreensão e motivação.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso é um plano de negócio. Consiste na avaliação de oportunidade de mercado e abertura de um pet shop móvel integralizado com *home pet care* em Presidente Prudente/SP. Para isso realiza-se uma série de procedimentos, como análises financeiras, estruturais e mercadológicas, assim como plano de marketing e operacional. Todas as etapas a serem decorridas sob o plano de negócio requer maior fidelidade sobre sua viabilidade, objetivando hipótese real de abertura, mediante empréstimo de instituições financeiras ou despertar interesse em investidores. Dessa forma todos os dados transcritos neste trabalho estão em prol de seu objetivo.

ABSTRACT

The present work of completion of course is a business plan. It consists of the evaluation of market opportunity and opening of a mobile pet shop integrated with home pet care in Presidente Prudente / SP. For this a series of procedures is carried out, such as financial, structural and marketing analyzes, as well as marketing and operational plan. All the steps to be taken under the business plan require greater fidelity on its viability, aiming at real hypothesis of opening, by borrowing from financial institutions or arousing interest in investors. In this way all the data transcribed in this work are in support of its objective.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estimativa de quantidade de pets no Brasil.	7
Figura 2 - Planta Baixa.....	69
Figura 3 - Layout do Empreendimento	70
Figura 4 - Layout do Empreendimento	70
Figura 5 - Layout do Empreendimento	71
Figura 6 - Layout do Empreendimento	71
Figura 7 - Layout do Empreendimento	72
Figura 8 - Layout do Empreendimento	72
Figura 9 - Layout do Empreendimento	73
Figura 10 - Layout do Empreendimento	73
Figura 11 - Layout do Empreendimento	74
Figura 12 - Fluxo de Processos Operacionais do Pet Mix.....	76
Figura 13 - Organograma da Empresa.....	79

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Dados do Empreendimento.....	13
Quadro 2 - Capital Social Total	14
Quadro 3 - Análise do Serviço Oferecido Pelos Concorrentes.....	42
Quadro 4 - Análise Fornecedores de Produtos Para Banho e Tosa	47
Quadro 5 - Análise Fornecedores de Equipamentos.....	48
Quadro 6 - Análise Fornecedores de Acessórios para Pets.....	49
Quadro 7 – Análise Fornecedores de Petiscos	49
Quadro 8 - Análise Fornecedores de Acessórios para Vendas.....	50
Quadro 9 - Análise Fornecedores de Van Adaptada.....	50
Quadro 10 - Análise Fornecedores de Trailer e Adaptação	51
Quadro 11 – Análise Fornecedor de Carro	51
Quadro 12 – Análise Fornecedor de Motocicleta	51
Quadro 13 – Informações Fornecedor Produtos de Higienização.....	52
Quadro 14 - Informações Fornecedor Produtos de Higienização.....	53
Quadro 15 - Informações Fornecedor de Equipamentos	54
Quadro 16 – Informações Fornecedor de Acessórios	56
Quadro 17 - Informações Fornecedor de Acessórios.....	56
Quadro 18 - Fornecedor de Petiscos para Vendas	57
Quadro 19 - Fornecedor de Produtos para Vendas	58
Quadro 20 - Informações Fornecedor de Trailer Adaptado.....	58
Quadro 21 - Informações Fornecedor do Carro	59
Quadro 22 - Informações Fornecedor da Motocicleta	59
Quadro 23 - Preços de banho e tosa	62
Quadro 24 - Preços Serviços Pet Home Care.....	63
Quadro 25 - Preços para Planos Mensais.....	63
Quadro 26 - Necessidade de Pessoal.....	78
Quadro 27 - Máquinas e Equipamentos.....	80
Quadro 28 - Móveis e Utensílios	81
Quadro 29 - Veículos	82

Quadro 30 - Total dos Investimentos	83
Quadro 31 - Estimativa de Estoque Inicial	83
Quadro 32 - Contas a Receber	84
Quadro 33 - Contas a Pagar	85
Quadro 34 - Necessidade Média de Estoques	86
Quadro 35 - Necessidade Capital de Giro em Dias.....	86
Quadro 36 - Caixa Mínimo	86
Quadro 37 - Capital de Giro Total	87
Quadro 38 - Investimentos Pré-operacionais	87
Quadro 39 - Investimento Total do Empreendimento	88
Quadro 40 - Faturamento Mensal dos Serviços Prestados.....	88
Quadro 41 - Faturamento Mensal de Produtos Vendidos	89
Quadro 42 - Custos de Comercialização.....	90
Quadro 43 - Apuração de Custo dos Serviços Prestados	91
Quadro 44 - Apuração dos Custos de Mercadoria Vendida	92
Quadro 45 - Custos de Mão de Obra Mensal.....	93
Quadro 46 - Depreciação do Maquinário	93
Quadro 47 - Despesas Fixas Operacionais.....	94
Quadro 48 – Demonstração do Resultado	94
Quadro 55 - Projeção de Crescimento Futuro.....	96
Quadro 56 - Análise Comparativa	96

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa etária dos entrevistados.....	16
Gráfico 2 - Renda familiar dos entrevistados.....	17
Gráfico 3 - Valor que o maior público gasta em banho e tosa.....	18
Gráfico 4 - Bairro em que os entrevistados moram	19
Gráfico 5 - Entrevistados que possuem pet	20
Gráfico 6 - Motivos por não possuir um pet.....	20
Gráfico 7 - Quais pets possuem	21
Gráfico 8 - Quantos pets os entrevistados possuem.....	21
Gráfico 9 - Pessoas que levam ou não seus pets para banho	22
Gráfico 10 - Pessoas que levam ou não seus pets para banho e tosa	23
Gráfico 11 - Motivos por não levar cachorro para banho	24
Gráfico 12 - Motivos por não levar gato para banho	25
Gráfico 13 - Quantidade de vezes que leva o pet para banho ao mês.....	25
Gráfico 14 - Quantidade de vezes que leva o pet para banho e tosa.....	26
Gráfico 15 - Gastos com banho.....	27
Gráfico 16 - Gastos com banho e tosa.....	28
Gráfico 17 - Critérios para a escolha do pet shop	29
Gráfico 18 - Facilidade do pet shop móvel para cachorros	30
Gráfico 19 - Facilidade do pet shop móvel para gatos	30
Gráfico 20 - Pessoas que contratariam ou não serviços de pet shop móvel	31
Gráfico 21 - Motivos para não contratar os serviços de um pet shop móvel	32
Gráfico 22 - Passeios com os pets.....	33
Gráfico 23 - Confiança em deixar outra pessoa passear com o pet.....	34
Gráfico 24 - Frequência de viagens	35
Gráfico 25 - Onde o pet fica quando o dono viaja	36
Gráfico 26 - Relação de contrato dos serviços do pet home care	37

Gráfico 27 - Condições para contratação dos serviços pet home care	37
Gráfico 28 - Motivos por não contratar os serviços do pet home care	38

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
1.1	Dados dos Discentes	10
1.2	Dados do Empreendimento.....	13
1.3	Missão da Empresa.....	13
1.4	Visão da Empresa.....	13
1.5	Valores da Empresa.....	13
1.6	Setor de atividades.....	14
1.7	Forma jurídica	14
1.8	Enquadramento tributário.....	14
1.9	Capital social.....	14
2	ANÁLISE DE MERCADO.....	15
2.1	Análise dos Clientes.....	15
2.2	Análise dos Concorrentes	39
2.3	Análise dos Fornecedores.....	45
3	PLANO DE MARKETING.....	60
3.1	Descrição dos Principais Serviços	60
3.2	Preços.....	62
3.3	Estratégias Promocionais.....	64
3.4	Estrutura de Comercialização	66
3.5	Localização do Negócio	67
4	PLANO OPERACIONAL.....	69
4.1	Layout ou Arranjo Físico	69
4.2	Capacidade Produtiva e de Atendimento	74
4.3	Processos Operacionais	75
4.4	POP – Processo Operacional Padronizado	77

4.5	Satisfação ao Cliente	78
4.6	Necessidade de Pessoal.....	78
5	PLANO FINANCEIRO	80
5.1	Estimativa dos Investimentos Fixos	80
5.1.1	Máquinas e Equipamentos	80
5.1.2	Móveis e Utensílios.....	81
5.1.3	Veículos.....	82
5.1.4	Total dos Investimentos Fixos	83
5.2	Capital de Giro	83
5.2.1	Estimativa de Estoque Inicial	83
5.2.2	Contas a Receber.....	84
5.2.3	Contas a Pagar.....	85
5.2.4	Necessidade Média de Estoques	85
5.2.5	Cálculo da Necessidade Líquida de Capital de Giro em Dias	86
5.2.6	Caixa Mínimo.....	86
5.2.7	Capital de Giro.....	87
5.3	Investimentos Pré-Operacionais	87
5.4	Investimento Total.....	88
5.5	Estimativa de Faturamento Mensal dos Serviços Prestados	88
5.6	Estimativa de Faturamento Mensal dos Produtos Vendidos	89
5.7	Estimativa de Custo de Comercialização	90
5.8	Apuração dos Custos dos Serviços Prestados e Mercadoria Vendida	90
5.9	Mão de Obra	92
5.9.1	Custo de Mão de Obra Mensal.....	92
5.9.2	Estimativa do Custo de Depreciação.....	93
5.9.3	Estimativa do Custo Fixo Operacional Mensal	93
5.10	Demonstrativo do Resultado de Exercício	94
5.11	Indicadores de Viabilidade	95
5.12	Projeção de Crescimento Futuro	95
6	CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	98
7	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	99
7.1	Matriz SWOT ou FOFA	100

7.2	Cinco Forças de Porter	103
7.3	Estratégia Genérica de Competição Michael Porter	108
8	AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	112
	REFERÊNCIAS.....	114
	APÊNDICES	117

1 INTRODUÇÃO

A domesticação dos animais é um processo que acompanha o desenvolvimento da raça humana. A princípio o homem usava o animal somente para alimentação, mas à medida que foi se modernizando, com criação de vilas e mais tarde cidades, percebeu-se que os animais também poderiam ser fonte de transporte, vestimenta e companhia.

Dessa forma surge o conceito de animal de estimação, denominados também, de maneira moderna, como pets. Desde então a paixão, carinho, dedicação a esses animais só tem crescido. Atualmente as pessoas tratam seus pets com amor e cuidado igual ou semelhante aos de um membro da família, ou seja, não são apenas animais, são da família.

Segundo uma pesquisa realizada pela CVA Solutions (2016), apenas 1% da população brasileira enxerga os pets como animais, enquanto 30% enxerga como um membro da família e outros 30% como se fosse um filho. A pesquisa revelou também que em média as pessoas gastam R\$ 200,00 ao mês com seus animais domésticos, incluindo alimentação e higiene.

Este pensamento influencia no aquecimento do mercado, pois mostra crescimento no consumo. Existem, inclusive, feiras nacionais voltadas aos pets, como Expo Pet Curitiba, Vet Expo, Pet Pro Expo, dentre outras. Há também feiras internacionais como a Pet South America¹, que ocorre anualmente em São Paulo capital.

As feiras são dedicadas a nutrição e saúde dos pets, consistem em acessórios, alimentos, equipamentos, produtos farmacêuticos, matérias primas e serviços que podem ser prestados a partes interessadas.

¹ <http://www.petsa.com.br/pt/perfil-do-evento>

A preocupação, cuidado e dedicação é tão grande, que já existem profissionais de decorações e design, programando casas de acordo com as necessidades dos pets que nela residem.

De acordo com dados do IBGE (2013) fornecidos pela Abinpet (Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação) o Brasil é o quarto país no ranking do mundo com maior número de animais de estimação, estimado em 132,4 milhões de pets.

Figura 1- Estimativa de quantidade de pets no Brasil.

	IBGE
	2013
Cães	52,2
Aves	37,9
Gatos	22,1
Peixes	18,0
Outros*	2,21
Total	132,4

* Estimativa Abinpet para outros animais de estimação
* Outros (Répteis e pequenos mamíferos)

Fonte – ABINPET.

Esses fatores são o que influenciam o mercado pet a crescer tanto e mesmo em tempos de crise se manter em equilíbrio, mostrando ser uma ótima opção de empreendimento.

Como afirmou o Presidente da Abinpet em uma declaração ao Estadão:

“Em 2015, o faturamento nominal cresceu 7,8%, chegando a R\$ 18 bilhões. Não batemos a inflação, mas tivemos desempenho bem acima do PIB, que encolheu 3,8% em relação a 2014. Mesmo com todas as dificuldades atuais, o mercado pet dá sinais de resistência”.

De acordo com a Pet Brasil (2015), em 2015 além do alto faturamento o setor chegou a ocupar 0,37% do PIB nacional, uma margem que supera inclusive os setores de automação industrial e componentes elétricos. O setor que gera maior fonte de renda no mercado pet ainda é o de alimentação,

ocupando 67,3%, seguido do Pet Serv com 17%, Pet Care 8% e Pet Vet contribuiu com 7,7%.

No mercado pet existem vários ramos para negócio, há um novo ramo alternativo que trouxe inovação para o mercado, são os chamados pets shops móveis.

Atualmente as pessoas são cada vez mais desprovidas de tempo, isso é ainda mais intenso em cidades grandes. Por esta razão negócios sobre rodas aparecem como grande diferencial e comodidade, no ramo pet não é diferente. Os pets shops móveis consistem em uma unidade que funciona em automóvel adaptado para banho e tosa de cães, e banho para gatos.

Ao invés dos donos levarem seus animais até pets shops enfrentando trânsito, e muitas vezes desconhecendo o modo como eles são tratados, o negócio traz a comodidade de ir até o cliente. Realizando o serviço no quintal da residência, ou caso não haja espaço suficiente para o automóvel, a porta da casa, com a opção de acompanhamento visual dos donos.

Além disso o pet shop móvel traz conforto ao animal, permanecendo em sua residência no ambiente conhecido e calmo, com a presença de seus donos e evitando estresses, agitação e medo no transporte.

O *Home Pet Care* é outro ramo do mercado que se mostra muito eficaz nas grandes metrópoles. Ele consiste em atendimento domiciliar, na ausência dos donos, caso de idade avançada ou apenas para pessoas que necessitam de auxílio nos cuidados, por falta de tempo de executar todas as tarefas.

O atendimento envolve visitas diárias com alimentação e água; higienização do local; administração de medicamentos se necessário; passeios e brincadeiras; conforto, carinho, dedicação ao animal; ou seja, todo o cuidado necessário como se fosse o próprio dono do animal.

No Oeste do Estado de São Paulo, se localiza a cidade de Presidente Prudente com aproximadamente 223.749 mil habitantes, de acordo dados do

IBGE (2016). Segundo o portal prudentino de notícias (2012), o número pets é de aproximadamente 49.400 animais, o que equivale a quase um quarto da população, é uma quantidade considerável.

Existem na cidade aproximadamente 60 pets shops, baseando-se nas pesquisas realizadas pela equipe. Apesar de alguns desses pets shops oferecerem serviços de busca dos animais a domicílio, não existe ainda no mercado um pet shop que realize a prestação de serviços na própria residência.

É possível afirmar, apesar de não se conseguir mensurar, que existem profissionais autônomos na cidade praticantes de serviços *pet home care*. Além de hotéis especializados que possibilitam hospedagem para pets caso os donos precisem ausentar-se.

Essas informações fomentam a concepção que o mercado pet em Presidente Prudente é alto, há potencial para explorar. Dessa forma a cidade é mais propícia a instalação desse plano de negócio, sendo ela escolhida para sua instalação.

A partir da pesquisa de mercado realizada em Presidente Prudente, mediante a aplicação de 200 questionários a população, 75% possui um animal de estimação, apesar de ser um número simplório perante a quantidade de habitantes, esse dado prova que há realmente mercado para o negócio.

Este plano de negócio integraliza os dois ramos do mercado pet, pet shop móvel e *home pet care*, com o nome fantasia Pet Mix. A empresa disporá de um automóvel adaptado para banho e tosa de cães e banho de gatos, além de vendas de pequenos produtos como, roupas, coleiras e petiscos, com atendimento a domicilio dos clientes.

Também contará com a prestação de serviço de babás para animais domésticos, *home pet care*. Consiste no fornecimento de serviços diários, dedicação total ao animal na ausência do dono ou necessidade de auxílio nos

cuidados. Administrando a alimentação, limpeza do local, medicamentos, passeios, brincadeiras, carinhos e conforto.

A prestação de serviços de babás difere-se do pet shop móvel, pois nem sempre os donos estarão presentes para acompanhar o andamento do serviço, por isso, serão disponibilizadas fotos, vídeos, tudo que o cliente julgar necessário pelo aplicativo WhatsApp ou site Facebook. Os serviços do Pet Mix poderão ser requeridos por via celular, através de ligações, aplicativo WhatsApp, o site da empresa e página do facebook.

De acordo com a Vetus (2017)², a falta de tempo para cuidados com os animais de estimação, é grande desmotivação para se ter um, mesmo que o indivíduo goste e queira muito. Um projeto dessa magnitude alcança também essas pessoas, de forma a atender suas necessidades.

A finalidade desse empreendimento é preencher a lacuna existente, oferecendo ao mercado consumidor de pessoas que possuem animais de estimação em Presidente Prudente, excelente serviço de atendimento a domicílio. Proporcionando qualidade, facilidade, confiança e comodidade. Visando crescimento positivo e satisfação total ao mercado.

1.1 Dados dos Discentes

Dados Pessoais

Nome: Cintia Neves Ramos

Endereço: Rua Aracaju nº01-72

Cidade: Presidente Epitácio - SP

Contatos: Celular – (18) 998144666

Email – cinevesramos@gmail.com

Experiências Profissionais

² <http://www.vetusweb.com.br/pet-shop-movel/>

JBS S/A Presidente Epitácio – Jovem aprendiz – Auxiliar de escritório – (Junho/2015 – Julho/2016).

Play Audio – Estágio – Auxiliar administrativo – (Janeiro/2017 – Julho/2017)

Formação Acadêmica

Curso Técnico em Edificações – IFSP Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, Campus Presidente Epitácio/SP – (Julho/2012 – Julho/2014).

2º grau Completo – Escola SESI de Presidente Epitácio – (Janeiro/2011 – Dezembro/2013)

Dados Pessoais

Nome: John Kennedy da Silva

Endereço: Manoel Ribeiro Filho nº11-27

Cidade: Presidente Epitácio - SP

Contatos: Celular – (18) 981515177

Email – John_kennedysilva@hotmail.com

Experiências Profissionais

Acessa Escola – Estágio – Monitor de Informática – (Março/2013 – Dezembro/2013).

Restaurante Rio Paraná – Balconista – Dezembro/2013 até o presente Junho/2017.

Formação Acadêmica

Curso Técnico em Edificações – IFSP Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, Campus Presidente Epitácio/SP – (Fevereiro/2013 – Dezembro/2014).

2º grau Completo – E.E 18 de Junho – (Janeiro/2011 – Dezembro/2013)

Dados Pessoais

Nome: Hugo Miranda Weller

Endereço: Fernando Costa nº 20-30

Cidade: Presidente Epitácio - SP

Contatos: Celular – (18) 997728970

Email – hugomirandaweller@hotmail.com

Experiências Profissionais

JV Pneus – Estoquista – (Março/2017 até o presente dezembro/2017).

Formação Acadêmica

2° grau Completo – Objetivo – (Janeiro/2014 – Dezembro/2017)

Dados Pessoais

Nome: Matheus Henrique dos Santos Silva

Endereço: Rua Curitiba n°19-75

Cidade: Presidente Epitácio - SP

Contatos: Celular – (18) 981133778

Email – matheusservo@hotmail.com

Experiências Profissionais

Ferroeste – Ofice Boy – (Janeiro/2010 – Dezembro/2011)

Mix Malhas – Serigrafista – (Dezembro/2012 – Junho/2014)

ACENEPE – Auxiliar administrativo – (Maio/2015 até o presente – dezembro/2017)

Formação Acadêmica

2° grau Completo – E.E 18 de Junho – (Janeiro/2009 – Dezembro/2011)

Dados Pessoais

Nome: Lucilly Oliveira da Silva

Endereço: Miguel Coutinho n°18-40

Cidade: Presidente Epitácio - SP

Contatos: Celular – (18) 981328284

Email – lucilly_oliveira@hotmail.com

Experiências Profissionais

Bela Bijou – Vendedora – (Setembro/2017 até o presente – Dezembro/2017).

Formação Acadêmica

2º grau Completo – E.E Prof Antonio de Carvalho Leitão – (Janeiro/2013 – Dezembro/2015)

1.2 Dados do Empreendimento

Quadro 1 - Dados do Empreendimento

Nome Fantasia	Pet Mix
Razão Social	Pet shop Móvel Pet Mix
CNPJ	24.690.371/0001-45

Fonte: Próprios autores.

1.3 Missão da Empresa

Oferecer serviços de maneira agradável, segura, com qualidade e ambiente tranquilo e limpo, integralizando pet shop móvel e *home pet care*, visando total satisfação aos clientes.

1.4 Visão da Empresa

Ser o melhor pet shop móvel do interior paulista, proporcionando um serviço de qualidade para os clientes e seus animais de estimação, alcançando um crescimento contínuo no oeste paulista.

1.5 Valores da Empresa

- ✓ Seriedade e profissionalismo: trabalhar de maneira ética e respeitosa com os consumidores;
- ✓ Honestidade: ser transparente com os clientes, visando fortalecer laços de confiança;
- ✓ Alta qualidade: manter excelência no padrão de qualidade;

- ✓ Profissionais instruídos e altamente capacitados: obter uma equipe preparada e qualificada para todas as faces da empresa, mantendo dessa forma o padrão de qualidade.

1.6 Setor de atividades

Segundo o Sebrae, empresas que prestam serviços são aquelas que não oferecem mercadorias, mas sim o trabalho ao consumidor. O Pet Mix realizará vendas de petiscos, acessórios e roupinhas para pets, porém o foco principal é a oferta de banho e tosa a cães e gatos, e *home pet care* para pets no geral, ou seja, a empresa enquadra-se em prestação de serviços.

1.7 Forma jurídica

Sociedade Limitada – Empresa de Pequeno Porte - EPP. De acordo com o Sebrae, uma EPP é um empreendimento com faturamento bruto anual superior a R\$ 360.000 e inferior a R\$ 3.600.000. A empresa pode optar por simples nacional, desde que não exerça atividades vedadas na LC 123/2006.

1.8 Enquadramento tributário

- Simples Nacional
- Alvará Vigilância Sanitária
- Registro no Departamento de Defesa Animal

1.9 Capital social

Quadro 2 - Capital Social Total

R\$	%
R\$ 83.000,00	100

Fonte: Próprios autores.

2 ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado é a etapa essencial para o plano de qualquer negócio. Através do estudo mercadológico é possível captar informações valiosas para o empreendimento, como o público alvo: onde estão, o que esperam do negócio, o interesse perante o negócio.

Diagnosticar os concorrentes, analisa-los perceber os pontos fortes e fracos, a fim de melhorar o mercado com o novo empreendimento. E também analisar os fornecedores, comparando preços, qualidade, atendimento, prazos, traçando vínculo com quem apresentar melhores ofertas.

Maximiliano menciona em seu livro a importância da pesquisa de mercado, segue abaixo.

“O entendimento e o dimensionamento correto do mercado determinam a natureza e o tamanho do investimento que você pretende fazer nas demais atividades de marketing e as atividades de operação. Sempre é bom lembrar os casos clássicos de erros na quantificação do mercado, que produziam erros subsequentes na cadeia de valor da empresa e terminaram produzindo grandes prejuízos”. Maximiliano (2011, p. 105).

Os conhecimentos para as análises podem ser adquiridos por alguns métodos, como pesquisas de gabinete, as informações retiradas da internet, jornais e revistas, assim como pesquisas de campo, mediante reuniões, entrevistas, aplicação de questionários. O presente trabalho reúne dois procedimentos, informações retiradas da internet e pesquisa de campo.

Essas etapas incumbidas na análise de mercado objetivam auxiliar na percepção sobre o desenvolvimento do negócio onde pretende-se instalar.

2.1 Análise dos Clientes

Na pesquisa de mercado há o estudo do público alvo, dos possíveis clientes para o empreendimento. O objetivo é conhecer melhor o mercado consumidor que disporá o negócio, como suas necessidades, interesse e o que

esperam da empresa: preços, qualidade, atendimento, confiança, conforto, dentro outros.

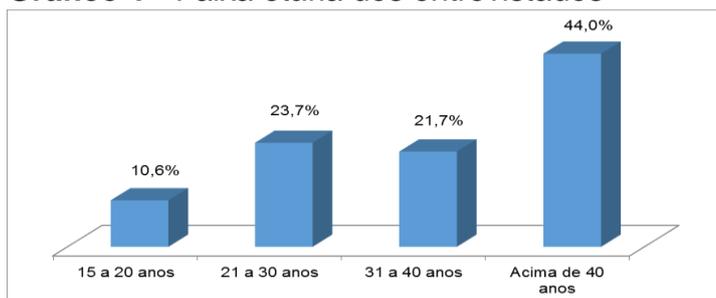
Para esse nível de conhecimento foi aplicado em Presidente Prudente um questionário a 200 pessoas, contendo 25 questões cada, dividido em duas etapas. Na primeira etapa o questionário foi aplicado em três bairros selecionados pelo grupo, sendo eles o Bongiovani, Jardim Aviação e Jardim Paulista. A segunda etapa o questionário foi aplicado ao público geral, de maneira aleatória nos shoppings de Presidente Prudente, Prudenshopping e Parque Shopping Prudente.

O objetivo de seleção dos bairros foi atingir o público alvo, pois são bairros tranquilos, residenciais e familiares com vizinhança agradável, propícios a indivíduos que optam por ter animais de estimação. A aplicação do questionário aleatório teve como objetivo despoletar a pesquisa. Captar a perspectiva do negócio ao público geral, pois assim pode-se obter de maneira geral as pessoas que tem animais de estimação, ajudando obter visão sobre quais bairros a empresa possivelmente frequentará.

Após aplicação de todos os questionários e tabulação dos mesmos, foram feitos gráficos analisando os dados obtidos. Segue abaixo os gráficos e análises da pesquisa.

O gráfico 1 apresenta a faixa etária dos entrevistados. Observa-se que 44% possuem acima de 40 anos, seguida de 23,7% na faixa de 21 a 30 anos, 21,7% possuem de 31 a 40 anos, e apenas 10,7% possuem de 15 a 20 anos.

Gráfico 1 - Faixa etária dos entrevistados



Fonte: Próprios autores.

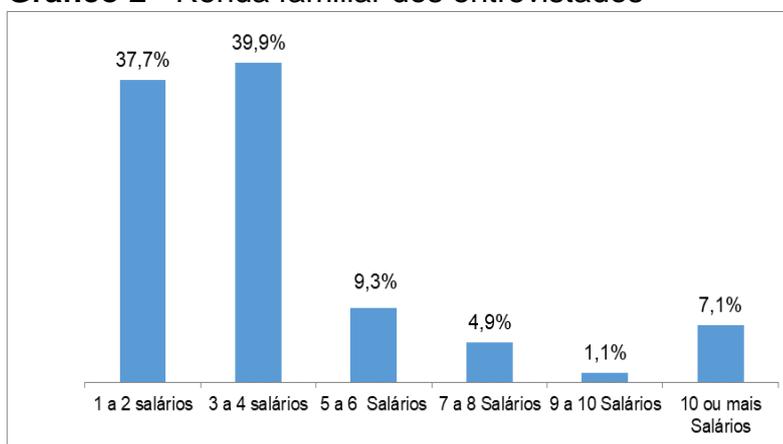
O gráfico expressa que a maioria do público é de pessoas acima de 40 anos. Dentre esse público 35% tem renda familiar de um a dois e de três a quatro salários mínimos. 8% possuem renda de cinco a seis e de sete a oito salários mínimos. 3% possuem renda entre nove a dez salários mínimos e 11% possuem renda familiar superior a dez salários mínimos. 72% dessas pessoas possui um animal de estimação.

Os dados provam que o público é o grande alvo para a empresa, e apesar de 70% possuir a renda familiar entre um a quatro salários mínimos, existe uma pequena parcela que goza de uma renda alta, acima de dez salários mínimo, e essa parcela de pessoas disporá de maior assistência financeiras aos seus pets.

Todavia os dados não descartam as demais faixas etárias, pois em relação aos cuidados procurados aos animais de estimação nos cotidianos atuais, as pessoas buscam bom atendimento, qualidade, rapidez e eficiência, independente da faixa etária e renda familiar que possuem.

Abaixo apresenta-se o gráfico 2, demonstrando a renda familiar dos entrevistados. Essa análise auxilia a empresa a captar a renda do seu maior público.

Gráfico 2 - Renda familiar dos entrevistados

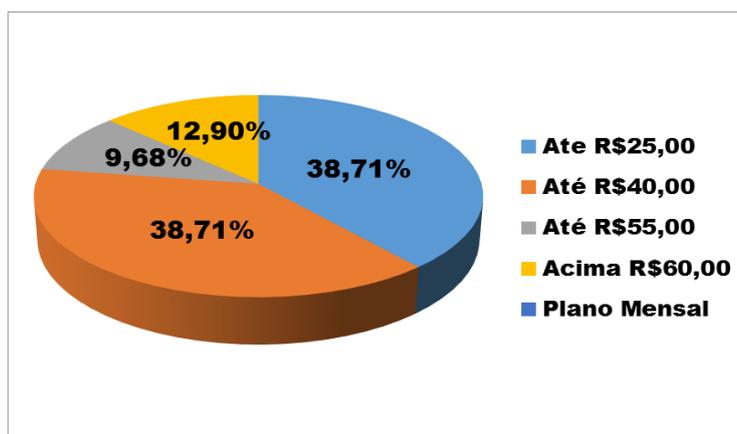


Fonte: Próprios autores.

O público com renda familiar de três a quatro salários mínimos, representam 39,9% dos entrevistados, equivale-se entre R\$ 2.811,00 a R\$ 3.748,00. Seguido do público com renda familiar de um a dois salários mínimos, faixa entre R\$ 937,00 a R\$ 1.874,00, correspondendo a 37,7% dos entrevistados. Dentre essas pessoas 27,8% do total de 75% possuem um pet em casa.

Apresenta-se no gráfico abaixo, o quanto esse público costuma gastar em cada banho ou tosa no seu animal.

Gráfico 3 - Valor que o maior público gasta em banho e tosa



Fonte: Próprios autores.

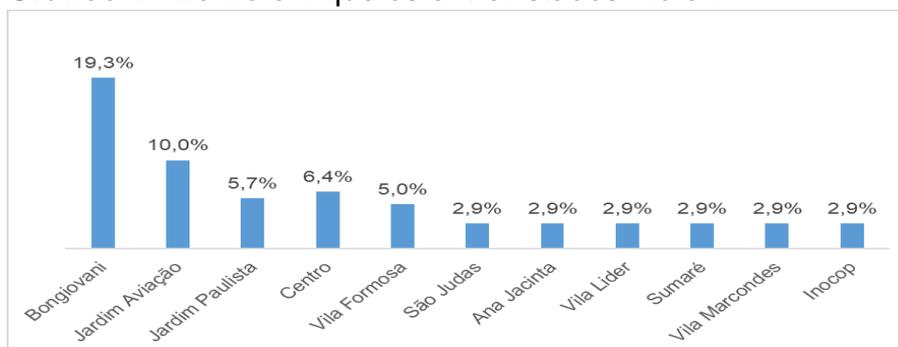
Isso mostra que o público alvo tem faixa salarial entre um a quatro salários mínimos, e estão em maioria, dispostos a pagar de R\$25,00 a R\$40,00 pelos serviços de um pet shop. Vale ressaltar que os valores gastos com banho e tosa variam entre o tamanho do animal, isso significa que não depende da escolha dos indivíduos, e sim dos preços estipulados para cada tamanho de pet.

Contudo não se deve desprezar as demais faixas salariais, pois existe a parcela de 4,6% de faixa salarial entre cinco a seis salários mínimos, 2,5% com a faixa entre sete a oito salários e 3,6% com a renda acima de dez salários mínimos, totalizando 10,7% de faixa salarial entre cinco a mais de dez salários mínimos.

Esse público também é importante para a cartela de clientes da empresa, pois enquadram-se em rendas elevadas e podem proporcionar grande atenção financeiras a seus pets. Porém a empresa deve reger-se pelo seu público alvo.

O gráfico abaixo demonstra os bairros em que os entrevistados moram, na pesquisa houve vários bairros, porém, foram selecionados aqueles que tiveram maior representatividade.

Gráfico 4 - Bairro em que os entrevistados moram

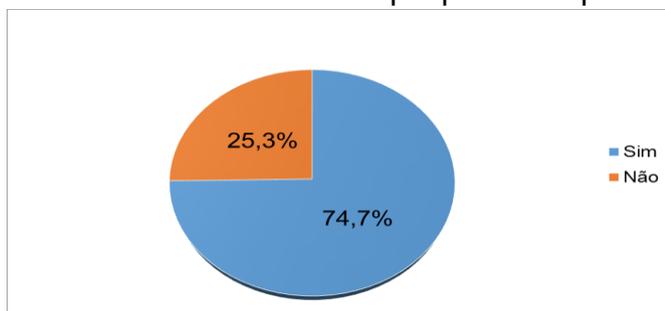


Fonte: Próprios autores.

A maioria dos entrevistados são dos bairros Bongiovani, Jardim Aviação, Jardim Paulista, Centro e Vila Formosa. Correspondendo respectivamente em 19,3%; 10%; 5,7%; 6,4% e 5%.

Os três primeiros bairros têm grande abrangência, pois eles foram selecionados para a pesquisa de campo em sua primeira etapa, como já explicado acima. Nota-se que apesar da segunda etapa da pesquisa ter sido aplicada de maneira aleatória, dois bairros obtiveram destaque, o centro e a vila formosa. Os demais bairros seguiram variados e com porcentagens pequenas. Entretanto os entrevistados que residem no centro não têm estimativa de possuírem animais de estimação.

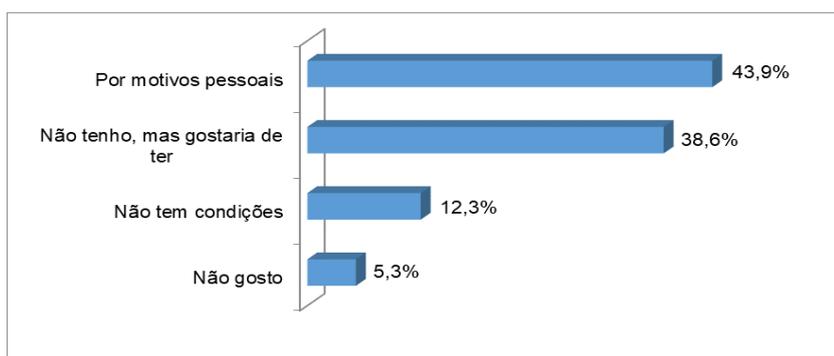
No gráfico a seguir observa-se a porcentagem de pessoas que possuem ou não possuem um animal de estimação em Presidente Prudente.

Gráfico 5 - Entrevistados que possuem pet

Fonte: Próprios autores.

Os resultados dessa análise apresentam que 74,7% das pessoas entrevistadas possuem algum animal de estimação e apenas 25,3% não possuem. Isso mostra que é um mercado realmente grande e pode ser explorado. A primeira instância esses 74,7% que correspondem a 148 pessoas, são possíveis clientes do Pet Mix.

O próximo gráfico apresenta os motivos dos entrevistados por não possuir animal de estimação. Através dessa análise é possível captar dentre essas pessoas possíveis consumidores futuros.

Gráfico 6 - Motivos por não possuir um pet

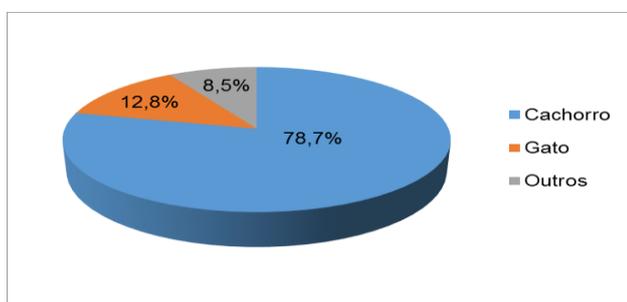
Fonte: Próprios autores.

Apenas 5,3% dos entrevistados não possuem um pet porque não gostam, 12,3% não possuem por falta de condições, 43,9% não possuem por motivos pessoais, e 38,6% não possuem, mas gostariam de ter. Esses 38,6%

que demonstram interesse em obter um pet, revelam a possibilidade de clientes futuros para a empresa.

A seguir tem-se o gráfico 7, mostrando dentre os pets existentes, quais as pessoas possuem, para assim nortear a empresa com suas futuras atividades.

Gráfico 7 - Quais pets possuem



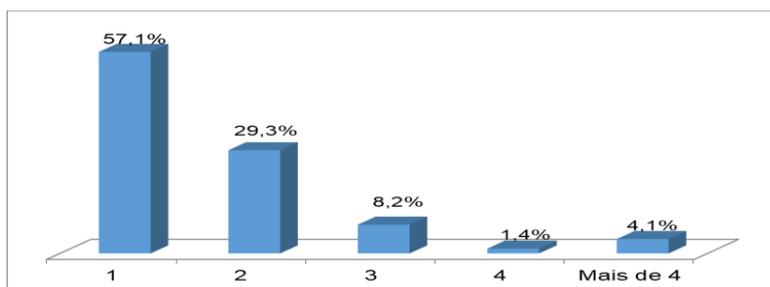
Fonte: Próprios autores.

Observa-se que 78,7% tem cachorros como pet, apenas 12,8% possuem gatos e 8,5% outro tipo de pet, como pássaros e tartarugas.

Nota-se que os cachorros comandam o mercado pet, mostrando que as pessoas ainda os preferem ao escolher um animal de estimação. Sendo assim é o público de animais domésticos com maior ênfase para o Pet Mix.

O gráfico a seguir apresenta quantos pets os entrevistados possuem em sua residência.

Gráfico 8 - Quantos pets os entrevistados possuem



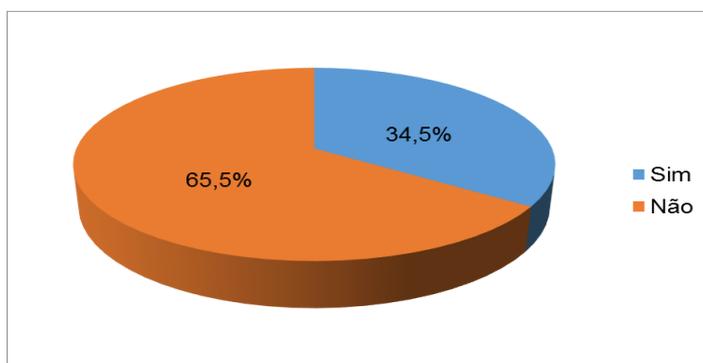
Fonte: Próprios autores.

De acordo com o gráfico 8, em Presidente Prudente 57,1% dos entrevistados possuem um pet, 29,3% possuem dois, 8,2% possuem três, somente 1,4% possuem quatro, e 4,1% possuem mais de quatro pets em sua residência. Os dados indicam que a maioria dos atendimentos do Pet Mix serão para pessoas que possuem entre um a dois animais de estimação em sua residência.

Esse público, exatamente por possuir apenas um ou dois pets, podem garantir maior atenção financeira a eles, usufruindo de serviços de pets shops para banho, banho e tosa, dependendo da raça de seu animal.

O gráfico abaixo é o representativo em porcentagem dentre os entrevistados quantos optam por levar seus animais em pets shops para tomar banho ou não.

Gráfico 9 - Pessoas que levam ou não seus pets para banho



Fonte: Próprios autores.

Os dados do gráfico 9 revelam que 65,5% não utilizam dos serviços de banho em pet shops, enquanto 34,5% utilizam dos serviços.

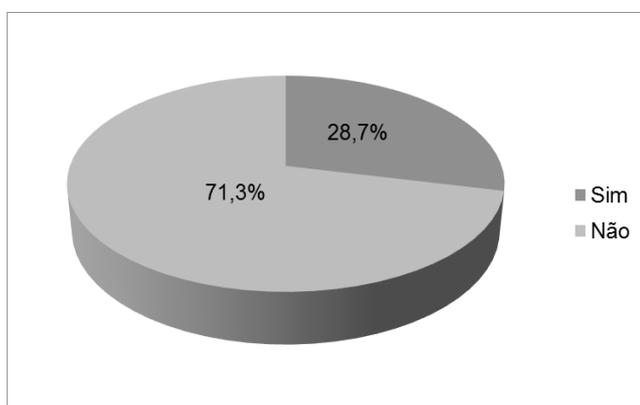
A maioria das pessoas não tem costume de levar seus pets para banho, relatam que realizam esses procedimentos em casa, pela praticidade e facilidade, também revelam interesse nos serviços de um pet shop móvel, exatamente pelos mesmos motivos.

Isso demonstra possibilidade para o novo empreendimento, pois as pessoas que realizam os procedimentos em casa consideram a melhor

alternativa, por não ter quem faça isso por elas sem retirar o animal de casa, exatamente o que a empresa oferece.

A seguir observa-se o gráfico 10, demonstrando a porcentagem dos entrevistados que utilizam serviços de pets shops para realização de tosagem e banho em seus animais de estimação.

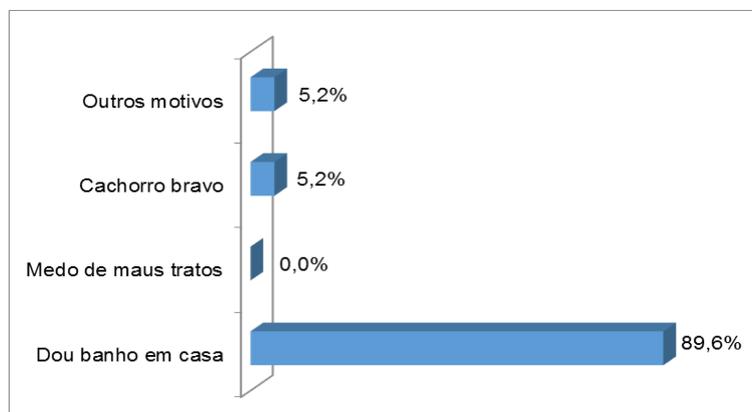
Gráfico 10 - Pessoas que levam ou não seus pets para banho e tosa



Fonte: Próprios autores.

De acordo com dados apontados no gráfico 8, 28,7% dos entrevistados usufruem dos serviços de banho e tosa em pet shops, enquanto 71,3% não, isso ocorre pelo fato da raça do animal não ser compatível a necessidade de tosa, ou seja, esse público se enquadra a pessoas que apenas realizam banho no animal para higiene, relacionados ao gráfico anterior.

Abaixo apresenta-se o gráfico que analisa dentre os entrevistados que possuem cachorros como animais de estimação, os motivos por não leva-los a pets shops para realização de banho.

Gráfico 11 - Motivos por não levar cachorro para banho

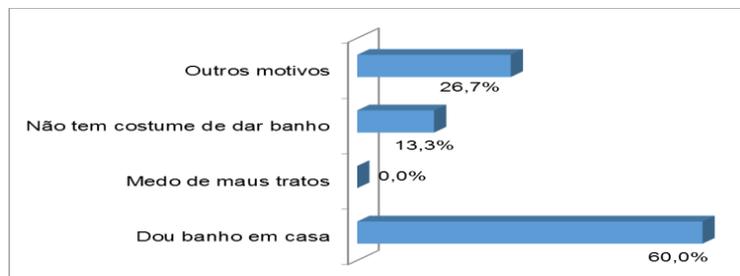
Fonte: Próprios autores.

O gráfico 11 relata que em suma maioria, correspondendo a 89,6%, as pessoas não levam seus cachorros para banho pois realizam o serviço em casa, por conta própria. 5,2% não confiam em utilizar os serviços, pelo animal apresentar atitudes agressivas, outros 5,2% optaram por não revelar o motivo.

Observa-se a imensa parcela de pessoas que optam por realizar o procedimento em casa por conta própria. Dentre essas pessoas há pessoas que realizam o procedimento em casa por questões financeiras, optam em não gastar com este serviço. Também há uma pequena parcela que julga seu pet bravo, ou seja, tem medo que ele machuque alguém no procedimento.

Entretanto a grande maioria afirma que realizam o procedimento em casa pela facilidade e comodidade do animal, essas pessoas são uma oportunidade para o Pet Mix, pois esses requisitos um pet shop móvel preenche.

A seguir tem-se o gráfico 12 que revela dentre as pessoas entrevistados que possuem gatos como animais de estimação, os motivos por não levar em pets shops para tomar banho.

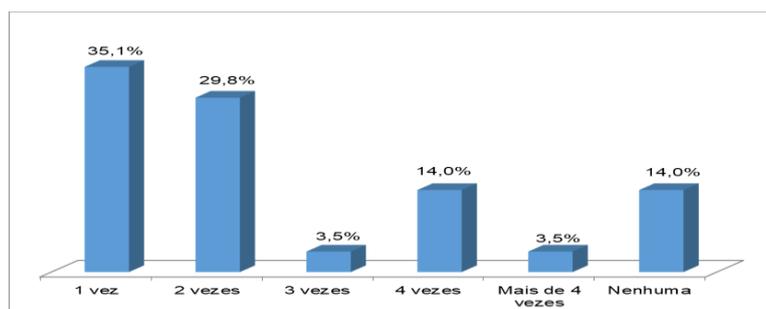
Gráfico 12 - Motivos por não levar gato para banho

Fonte: Próprios autores.

Os dados do gráfico relatam que, 60,0% dos entrevistados que possuem gato, não levam ao pet shop para banho pois realizam este procedimento em casa. 26,7% por motivos não revelados e 13,3% não tem costume de dar banho no seu gato.

Este tipo de empreendimento Pet Mix, considera uma grande lacuna e pretende atuar utilizando-a como um diferencial o oferecimento de banho para gatos. Gatos são animais ariscos quando se refere a água, por conta disso alguns pets shops optam por não oferecer esse serviço. Além disso, são animais extremamente ligeiros, a locomoção deles gera grandes riscos de fuga. Um pet shop móvel é a melhor solução para quem tem gato e quer outra opção para banho, diferente de realizar o procedimento por conta própria.

O próximo gráfico relata a frequência que as pessoas levam por mês seus animais de estimação em pets shops para realização de limpeza e higiene no animal.

Gráfico 13 - Quantidade de vezes que leva o pet para banho ao mês

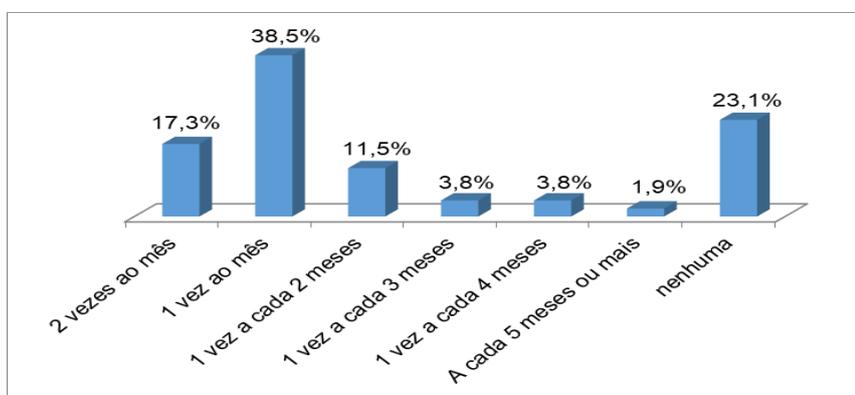
Fonte: Próprios autores.

É possível perceber que a maioria dos entrevistados tem o costume de levar seu animal de estimação ao pet shop para banho, entre uma a duas vezes ao mês, correspondendo 35,1% e 29,8% respectivamente. Esse fato indica que os possíveis clientes do Pet Mix para este tipo de serviço serão mensais e quinzenais.

Não desprezando a pequena, porém significativa, parcela de 14% que levam seus animais quatro vezes para banho, ou seja, são possíveis clientes semanais, o que é relevante para a empresa.

O gráfico a seguir assemelha-se ao gráfico 13, no entanto trata-se de quantas vezes as pessoas levam seus animais de estimação em pets shops para realização de tosa e banho.

Gráfico 14 - Quantidade de vezes que leva o pet para banho e tosa



Fonte: Próprios autores.

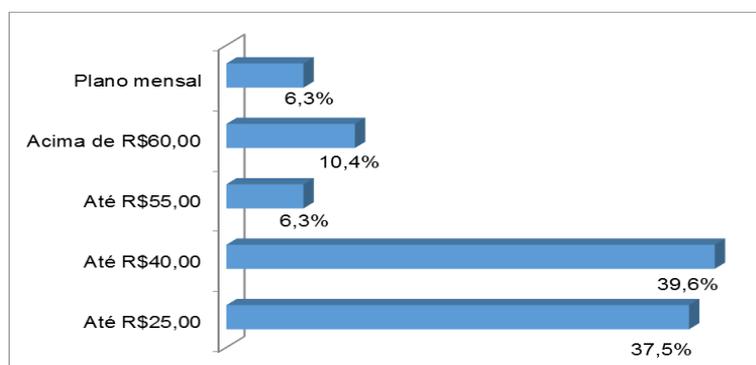
Os dados do gráfico 14 assemelham-se aos dados do gráfico anterior. 38,5% dos entrevistados utilizam dos serviços de banho e tosa uma vez ao mês, 17,3% duas vezes e 11,5% uma vez a cada dois meses.

É perceptível que os serviços de banho e tosa são mais voláteis, dependem da raça do animal, possibilitando maior flexibilidade. Há raças que necessitam de tosa apenas uma vez a cada dois meses, no caso dos pelos dos animais serem mais rentes, crescerem com menos velocidade, isso possibilita maior folga no prazo de tosagem.

O público que leva uma vez ao mês ou duas, são os possíveis clientes mensais e quinzenais, correspondentes a raças de cachorros que realmente necessitam, pela saúde, higiene do animal e de quem convive com ele.

Apresenta-se abaixo o gráfico referente ao quanto os entrevistados costumam gastar com os serviços de banho, quando levam seus animais de estimação em pets shops de sua escolha.

Gráfico 15 - Gastos com banho



Fonte: Próprios autores.

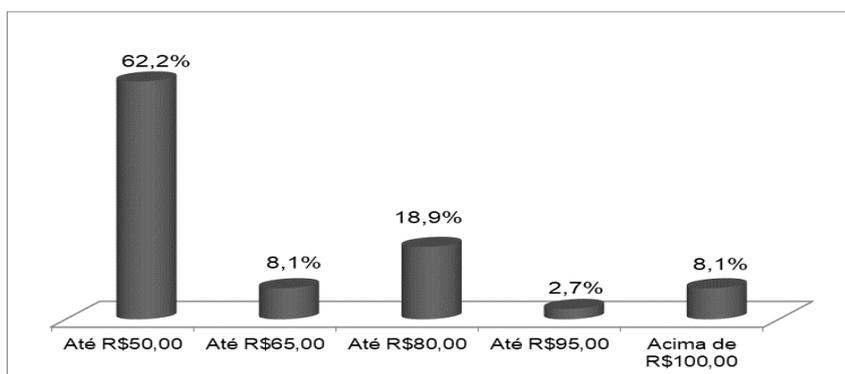
Observa-se que a maioria gasta entre R\$25,00 a R\$40,00 por cada banho de seu pet. 6,3% dos entrevistados mostram que usufruem de plano mensal.

Esses dados possibilitam a percepção do quanto as pessoas estão dispostas a pagar pelos serviços, além da interessante opção de planos mensais, o que auxilia a empresa na escolha e variação dos valores pelos seus serviços. É importante ressaltar que os valores para banho e tosa variam entre os tamanhos dos animais, ou seja, não depende totalmente da escolha das pessoas, são preços preestabelecidos pelas empresas.

Contudo a revelação da faixa de valores pelos quais as pessoas estão dispostas a pagar pelos serviços, juntamente com a análise das variações de tamanhos dos pets, possibilitam melhor captação do mercado para estipular os preços da empresa.

Apresenta-se no gráfico 16 o quanto as pessoas gastam a cada tosa e banho em seus pets por vez, nos pets shops de sua escolha.

Gráfico 16 - Gastos com banho e tosa

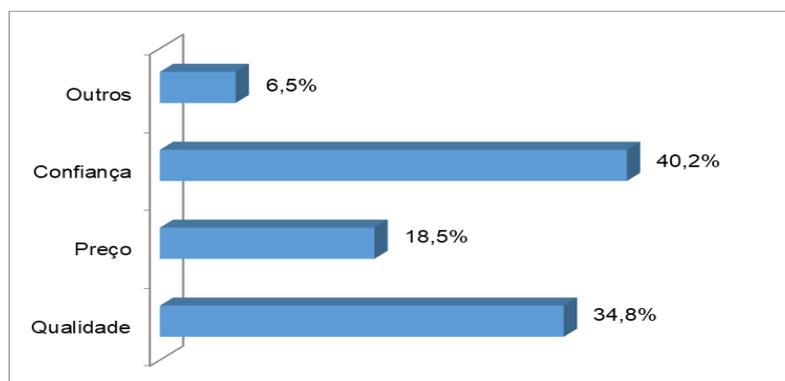


Fonte: Próprios autores.

Nota-se que 62,2% das pessoas ficaram a margem de R\$50,00. Porém há um público considerável que os gastos são mais elevados, 8,1% gastam até R\$65,00 e a mesma porcentagem fica a margem de gastos acima de R\$100,00, 18,9% até R\$80,00 e 2,7% até R\$95,00. Ou seja, esse restante somado em 37,8% é um público disposto a gastar valores acima da média, demonstrando-se assim pessoas com interesses em extrema qualidade.

Os serviços de banho e tosa variam mais que os serviços de banho, este depende apenas do tamanho do animal, variando-se os preços apenas perante isso, não dependendo dos donos dos animais. Já os serviços de tosa, depende da raça do pet e dos gostos dos donos, pois pode-se escolher o tipo de ferramenta usada na tosagem e o design, diferenciando-se assim os valores.

O gráfico a seguir aponta o que as pessoas mais levam em consideração na escolha do pet shop onde levarão seus animais de estimação.

Gráfico 17 - Critérios para a escolha do pet shop

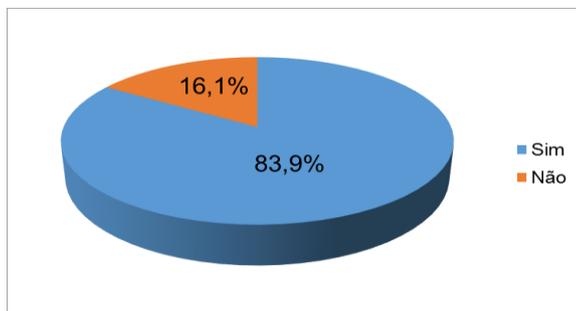
Fonte: Próprios autores.

Liderando com 40,2% dos entrevistados a confiança é o que as pessoas mais levam em consideração. Seguida da qualidade com 34,8%, apenas 18,5% levam preço em consideração. Sobrando 6,5% que apontaram outros motivos, como por exemplo, atendimento, conforto, cuidados especiais.

Os dados mostram que apesar dos gastos dos entrevistados não serem altos em relação ao banho e banho/tosa, observados nos gráficos anteriores, o preço é a última opção colocada no ranking de consideração das pessoas. As maiores preocupações e considerações estão voltadas ao que os serviços do pet shop proporcionam de melhor para os pets, confiança, qualidade, bom atendimento, conforto, cuidados especiais, dentre outros.

O Pet Mix é a junção de todos esses requisitos. A empresa será totalmente voltada a boa qualidade, maiores cuidados e atendimento aos clientes, visando excelência para os animais e seus donos. Não há maior conforto para o animal que a possibilidade de permanecer em sua residência, sem estresse de locomoção, mesmo que para perto, proporcionado pelo atendimento a domicilio. Quanto a confiança as prestações dos serviços podem ser acompanhadas pelos donos, eliminando qualquer dúvida sobre a qualidade, cuidados e atenção ao pet.

Abaixo demonstra-se o gráfico que relata se um pet shop móvel facilitaria as possibilidades de prestação de serviço, para os entrevistados que tem como animal de estimação cachorros.

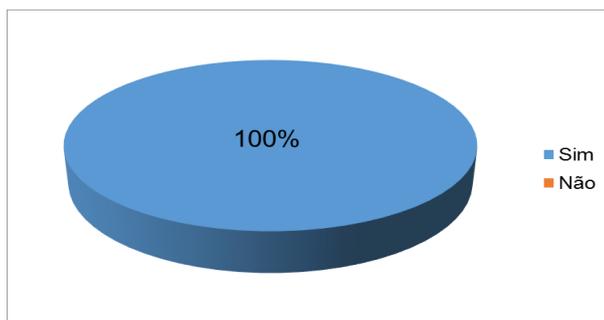
Gráfico 18 - Facilidade do pet shop móvel para cachorros

Fonte: Próprios autores.

Os dados obtidos no gráfico 18, relatam 83,9% das pessoas que possuem cachorro como um animal de estimação, afirmam que um Pet Shop Móvel ajudaria na facilidade de usufruir dos serviços de banho ou banho e tosa em seu pet.

É uma porcentagem excelente para a empresa, pois identifica o interesse das pessoas no negócio inovador, que dispõe de facilidade, praticidade, conforto para os cachorros, além da certeza que nada de ruim acontecerá propositalmente ao pet.

A seguir apresenta-se o gráfico 19 que se assemelha ao gráfico anterior, no entanto esse avalia a facilidade de um pet shop móvel para as pessoas que tem gatos como animais de estimação.

Gráfico 19 - Facilidade do pet shop móvel para gatos

Fonte: Próprios autores.

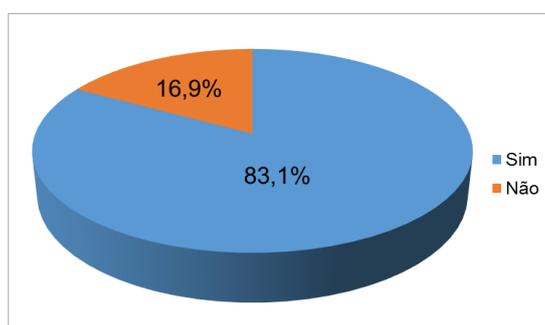
100% dos entrevistados que tem gato, confirmam que um Pet Shop Móvel ajudaria na facilidade de utilizar os serviços de banho no seu animal.

Gatos são animais rápidos, espertos, todo o trabalho e cuidado envolvido no processo de loco movê-los, para minimizar fugas, estresses, fazem com que os donos optem higienizar o animal por conta própria. Além disso, gatos são animais independentes que não gostam de ser perturbados, essa locomoção gera um transtorno ainda maior para eles que para os cachorros. Por conta disso, um pet shop móvel é a melhor solução para esse público, fato esse que os entrevistados da pesquisa perceberam.

Apesar da representação dos gatos como animais de estimação ser pequena na pesquisa de campo, o fato de 100% dos entrevistados que tem esse pet afirmar que o pet shop móvel ajudaria na praticidade de usufruir dos serviços de banho é significativo para o Pet Mix, porque essas pessoas obviamente levarão em consideração o negócio em suas escolhas futuras.

O gráfico abaixo demonstra dos entrevistados quais tem interesse ou não em contratar os serviços oferecidos por um pet shop móvel.

Gráfico 20 - Pessoas que contratariam ou não serviços de pet shop móvel



Fonte: Próprios autores.

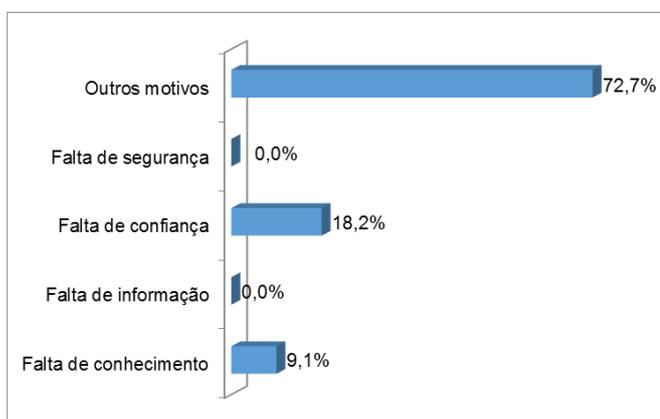
Demonstra-se no gráfico 20, 83,1% dos entrevistados que possuem um pet, contratariam os serviços de um Pet Shop Móvel.

Dessa maneira é perceptível que o negócio chama a atenção, e desperta interesse da soma maioria desses entrevistados. A princípio é uma

posição positiva para a empresa que poderá ao longo do tempo fidelizar-se no mercado, visando a melhoria de qualidade de vida de todas as pessoas que possuem um animal de estimação.

Abaixo apresenta-se o gráfico que avalia os motivos dos entrevistados em optar por não contratar os serviços de um pet shop móvel.

Gráfico 21 - Motivos para não contratar os serviços de um pet shop móvel



Fonte: Próprios autores.

De acordo com o gráfico 21 é perceptível que 72,7% dos entrevistados relatam como outros motivos o porquê não contratar serviços de um pet shop móvel, dentre eles destaca-se o costume com o local onde já leva seu pet, ou seja, essas pessoas não estão dispostas a mudar a rotina do seu animal. Este fator está relacionado a confiança e conforto estabelecidos, tanto do dono quanto do próprio animal, ou seja, esse público não está interessado em mudar sua rotina.

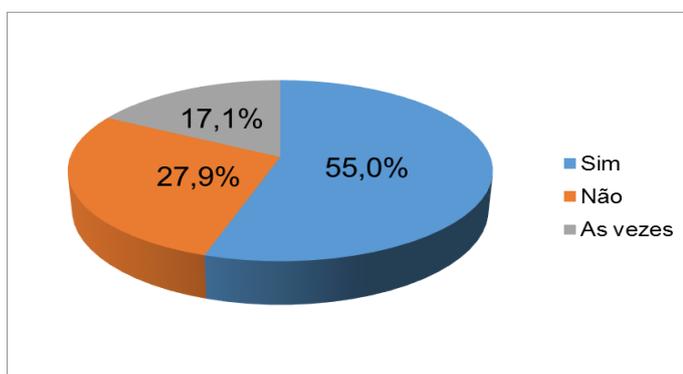
Os outros 27,3% estão relacionados a falta de conhecimento e falta de confiança no negócio. Por tratar-se de algo inovador, pouco conhecido pela maioria dos entrevistados, gera graus de incertezas quando a legitimidade do mesmo.

Porém esses fatores são mutáveis, ao passo que se ganha mais clientes, fideliza-se mais clientes, o empreendimento ganha popularidade e

avaliações positivas, transformando a concepção preestabelecidas dos indivíduos, automaticamente cresce a concepção positiva em relação ao negócio, ou seja, esses 27,3% dos entrevistados podem eventualmente tornar-se clientes.

O gráfico em sequência analisa o habito das pessoas entrevistadas em passear com seus animais de estimação, serviço oferecido pelo *home pet care*.

Gráfico 22 - Passeios com os pets



Fonte: Próprios autores.

O gráfico 22 relata que 55% dos entrevistados possuem o habito frequente de passear com seu pet, enquanto 27,9% não tem este habito, e por fim 17,1% as vezes passeiam com seu animal.

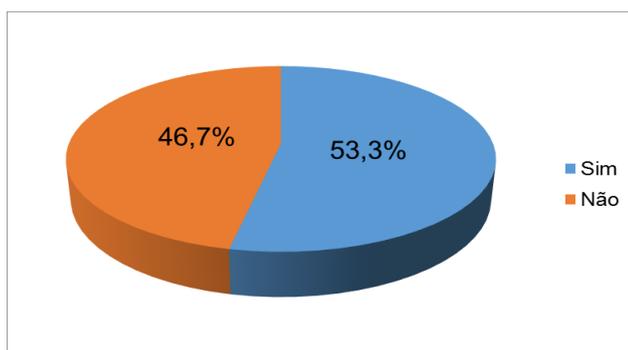
Com base nesses resultados observa-se que a maioria dos entrevistados acham importante passear com seu animal de estimação, e passeiam sempre que possível.

Passeios com animais de estimação é um dos serviços que serão prestados pelo outro ramo da empresa Pet Mix, o *pet home care*. O fato da maioria dos entrevistados julgar importante passeio diário com os pets, indica um bom posicionamento do mercado consumidor, perante os serviços que serão prestados pela empresa.

Não é comum esse tipo de prestação de serviço em Presidente Prudente, trata-se de um negócio novo, à medida que as pessoas conhecer, se familiarizar, poderão proporcionar ótimas negociações futuras para o Pet Mix.

O próximo gráfico relata dos entrevistados se confiariam em outras pessoas para passear com seus pets.

Gráfico 23 - Confiança em deixar outra pessoa passear com o pet

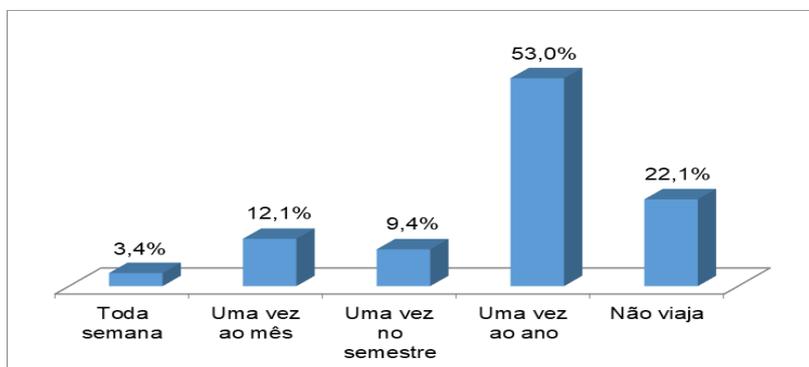


Fonte: Próprios autores.

Observa-se no gráfico 23 que 53,3% das pessoas entrevistadas confiariam em outra pessoa para passear com seu pet, e 46,7% não confiariam, pelo medo do que pode acontecer com seus pets. Baseando-se no índice de entrevistados que acham importante passear com o pet e no índice que confiam em outra pessoa fazendo o mesmo, indica que esse público são o futuro mercado consumidor desse serviço prestado pela empresa.

É natural o medo e desconfiança perante a prestação de serviços diferente, afinal as pessoas tratam seus pets como entes da família, sendo assim com razão não confiam a primeira instancia em pessoas estranhas com seu animal, ainda mais para passeios que envolvem riscos. Todavia, conforme o serviço aumentar sua popularidade e boas avaliações é possível alcançar esse público, aumentando assim o índice de confiança. Mesmo que não alcance 100% desse público, é possível conquistar ao menos 20%.

Apresenta-se abaixo uma análise sobre a frequência de viagens das pessoas entrevistadas.

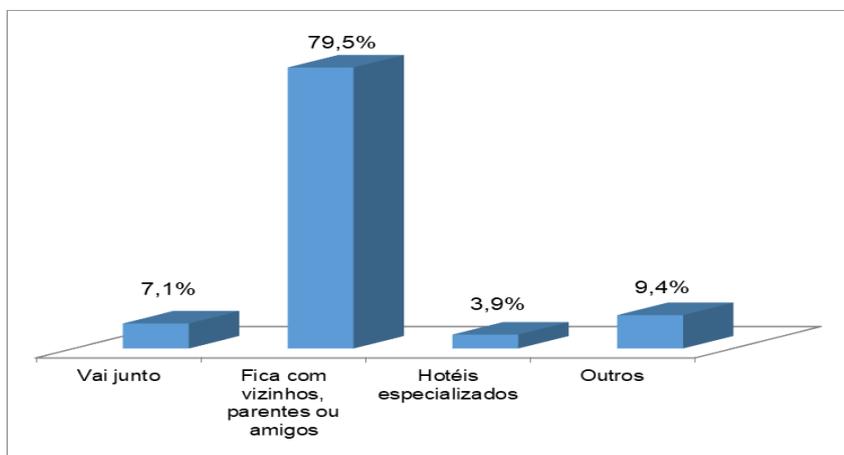
Gráfico 24 - Frequência de viagens

Fonte: Próprios autores.

De acordo com o gráfico 24 a maioria dos entrevistados que possuem um pet, viajam apenas uma vez ao ano, correspondendo a 53% dos entrevistados. Em segundo lugar têm-se as pessoas que não viajam, total de 22,1%, não se enquadrando no mercado consumidor desse serviço. Apenas 12,1% viajam uma vez ao mês e 9,4% uma vez ao semestre, trata-se de um período longo também.

Esses fatos mostram que os serviços de *pet home care* relacionados a cuidar do animal enquanto o dono estiver viajando não serão corriqueiros, isso ocorre pelo fato das pessoas viajar nas férias, ou seja, uma ou duas vezes ao ano no máximo. A empresa estabelecerá planos para atender aos clientes nos meses de maiores picos relacionados a férias, para não ocorrer falta de mão de obra.

Complementando as análises realizadas no gráfico 24, o próximo gráfico relata onde as pessoas costumam deixar seus pets ao viajar.

Gráfico 25 - Onde o pet fica quando o dono viaja

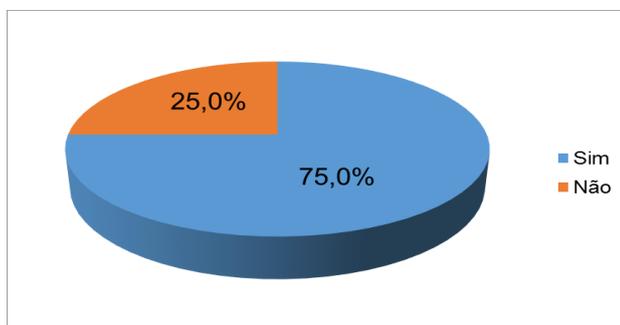
Fonte: Próprios autores.

Nota-se que soma maioria 79,5%, deixam seus pets com algum amigo, familiar ou até mesmo com os vizinhos. Dentre essas pessoas, existem quem não tem condições de gastar com serviços de cuidados, tem a parcela que opta pela confiança, e tem o público que não encontram outras opções melhores no mercado.

Esse público que está à procura de opções é um alvo para a empresa, que terá como desafio mostrar o quão satisfatório será para eles e seus animais de estimação permanecer em casa com visitas diárias para cuidados, além de atenção e carinho, pois os animais sentem-se solitários na ausência de seus donos.

Provar que o Pet Mix é uma empresa séria, podendo-se depositar a confiança da chave de sua residência, que será usada única e exclusivamente para o fim de cuidados ao seu pet.

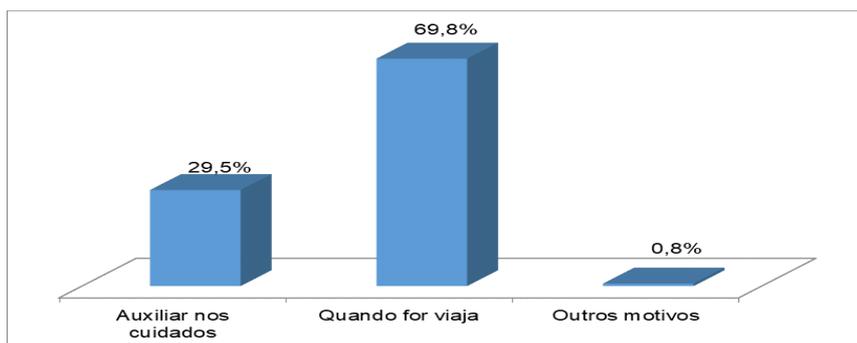
Apresenta-se no gráfico 26 o nível de aceitação dos serviços de *pet home care* dentre os entrevistados, sendo assim mostrando o interesse em contratar os serviços.

Gráfico 26 - Relação de contrato dos serviços do pet home care

Fonte: Próprios autores.

O índice é bom, pois 75% confiariam no serviço contratando-o. Demonstra-se com isso que apesar de ser um negócio pouco conhecido dentre as pessoas entrevistadas, o interesse é alto, justamente pela comodidade e facilidade que traz para o dia-a-dia e vida dos pets e seus donos.

Abaixo tem-se o gráfico 27 apresentando qual serviço e em quais condições as pessoas que afirmaram contratar os serviços oferecidos pelo *pet home care*, de fato os contratariam.

Gráfico 27 - Condições para contratação dos serviços pet home care

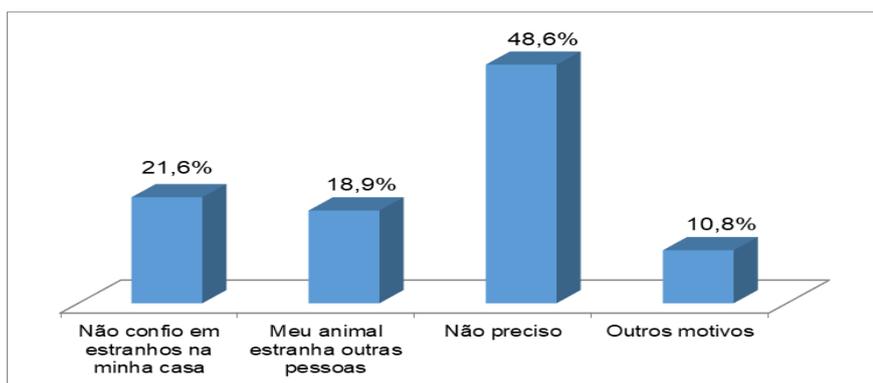
Fonte: Próprios autores.

Demonstra-se no gráfico 27 em quais condições as pessoas contratariam os serviços de *pet home care*. Dentre os entrevistados, 69,8% contratariam quando fossem viajar, 29,5% para auxiliar nos cuidados e somente 0,8% contraria por algum motivo não revelado.

Nota-se que o índice de pessoas que contrariam o serviço quando fossem viajar é alto, isso demonstra que essas pessoas deixam seus pets com parentes, amigos ou vizinhos por falta de opções melhores no mercado, indicando chances de crescimento dos serviços de *pet home care* da empresa Pet Mix perante o mercado consumidor.

O último gráfico relata os motivos das pessoas que afirmaram não contratar os serviços oferecidos pelo *pet home care*, encerrando assim as análises dos clientes.

Gráfico 28 - Motivos por não contratar os serviços do pet home care



Fonte: Próprios autores.

Observa-se no gráfico 28, 48,6% dos entrevistados declaram não precisar dos serviços de *pet home care*. Dentre essas pessoas estão as que deixam seus pets com parentes, amigos ou vizinhos e não pretende mudar seus hábitos, pois tanto eles quando seus animais já estão acostumados. Há também as pessoas que consideram seus pets muito agressivos, ao ponto de não aceitar estranhos em suas residências, ainda mais por eles não estarem por perto.

Ocupando 18,9% do total os entrevistados, alegando que seus animais estranham outras pessoas, por isso optam por deixar com conhecidos, ou muitas vezes o animal sozinho em casa, quando se trata de viagens curtas. Perante esses motivos esse público realmente não se demonstra interessado em contratar os serviços de *pet home care*, tanto no presente como no futuro.

Diante a pesquisa e análise de todos os dados que dela surgiram, é perceptível que há público no mercado. Existindo interesse perante o empreendimento diferente e inovador na cidade de Presidente Prudente.

O novo empreendimento se especializará em atender o público que possui felinos como pet, pois constou-se nenhuma concorrência direta em atendimento ao mesmo, ou seja, mais uma lacuna no mercado que a empresa preencherá. Além disso, esse público mostrou-se 100% interessado nos serviços a serem prestados pelo pet shop móvel da empresa Pet Mix.

Não menosprezando o maior público da empresa entre os pets, os caninos, liderando em 79% da pesquisa. O empreendimento contará com toda a especialização, qualidade nos equipamentos e produtos para banho e tosa. Toda a dedicação e carinho necessários ao público que retém maior atenção.

Com a notoriedade de 75% dos entrevistados afirmarem que contratariam os serviços de *pet home care*, e dentre esses 69,77% quando fossem viajar, indica que as pessoas optam por deixar seus animais de estimação com conhecidos, não somente pela confiança, mas pela falta de oportunidade no mercado, pela falta de abrangência nas opções. Isto prova o futuro promissor do negócio, e que este público é mais uma oportunidade que uma ameaça.

2.2 Análise dos Concorrentes

No campo de pesquisa de mercado também está incumbido o estudo e análise dos concorrentes diretos e indiretos do novo empreendimento. A análise avalia todo o comportamento desses concorrentes: Quem são? Como exercem a prestação de serviços? Levantando pontos importantes como atendimento, preços, prazos, qualidade, confiança estabelecida com os clientes, dentre outros.

O objetivo desse estudo é captar os pontos fracos e fortes dos concorrentes. Dessa maneira é possível que a empresa conheça não apenas o

mercado que está ingressando, como também o nível de qualidade já existente no mesmo. Assim podem-se estabelecer estratégias que garantam vantagens competitivas, proporcionam diferenciais e atendem necessidades não saciadas do mercado consumidor, além da percepção de erros afim de não comete-los.

Para tomada de conhecimento dos concorrentes deste plano de negócio, foram realizadas pesquisas sobre os pets shops, clinicas veterinárias e profissionais autônomos que prestam os mesmos tipos de serviços ou parecidos, com os que a empresa pet mix prestará, ou seja, serviços relacionados a pet shop e *home pet care*.

Mediante a análise dos clientes percebeu-se que ambos negócios têm concorrentes diretos e indiretos, sendo que os últimos são os maiores concorrentes, tanto no segmento de banho como no *home pet care*. Dessa maneira o maior concorrente do pet shop móvel são as pessoas que optam por dar banho nos seus pets em sua residência. Correspondendo a mais de 50% dos entrevistados.

Como concorrentes diretos constou-se três empresas localizadas em bairros distintos, sendo os três com maiores índices de abrangência na pesquisa de mercado. Logo abaixo observa-se detalhadamente quem são esses concorrentes e suas posições no mercado.

Pessoas que dão banho no seu pet em casa: A empresa deverá alcançar o público que opta por dar banho no seu pet em casa. De acordo com a análise dos clientes da pesquisa de mercado, essas pessoas correspondem a 78% do motivo de não levar o animal de estimação em pets shops físicos.

Obviamente um pet shop móvel traz a comodidade de prestação dos serviços a domicílio e isto possibilita abrangência até essas pessoas, por isso são tidos como possibilidade para o negócio, ou seja, representam tanto ameaça, quanto oportunidade. Este será o desafio, provar que o pet mix é a melhor solução a esse público, passando de concorrentes a consumidores.

Demonstra-se abaixo as empresas que por algum motivo caracteriza-se como concorrente direta do pet mix. Todas foram captadas a partir da percepção dos bairros obtida na pesquisa de mercado.

EMPRESA BAIRRO 1: CENTRO: Esta empresa é uma clínica veterinária que oferece banho e tosa. Apesar de ser localizada no centro e de acordo com a análise de clientes, os moradores do centro de Presidente Prudente não apresentaram estatística de possuírem animais de estimação, ela oferece atendimento móvel.

Obtém atendimento domiciliar para animais que necessitam de cuidados médicos, além de buscar o animal a domicilio para o mesmo fim e também para os serviços de banho e tosa e banho, apenas para cachorros, não oferecem banho á gatos. Por conta disso caracteriza-se como uma concorrente direta do pet mix.

É uma empresa solidificada na cidade, com oito anos de atuação no mercado, visando sempre o avanço tecnológico no que diz respeito a segmentos de laboratório, exames e cirurgias, com atendimento 24 horas.

EMPRESA BAIRRO 2: BONGIOVANI: Esta empresa é um pet shop, localizada no bairro bongiovani, de acordo com a análise de clientes, os moradores deste bairro optam pela facilidade de acesso. A empresa também conta com atendimento móvel, buscando animais de estimação quando necessário, ou seja, abrange outros bairros. Por esses motivos é caracterizada como uma concorrente direta da empresa pet mix.

No entanto os serviços que este pet shop oferece são de banho e tosa e banho para cachorros, não dispondo de banho para gatos.

De acordo com a avaliação dos clientes desta empresa apurados no site Facebook, o atendimento e serviços são ótimos, muitos cuidados, dedicação e atenção aos animais.

EMPRESA BAIRRO 3: PAULISTA: Esta empresa é uma clínica veterinária, localizada no terceiro bairro com maior abrangência de clientes de acordo com análise de mercado. Além dos cuidados médicos, oferece serviços de banho e tosa, no entanto apenas no local físico, não prestam serviços de busca a domicilio e banho para gatos.

Por ser localizada no bairro com abrangência na pesquisa, caracteriza-se como uma concorrente direta. Obtém excelente avaliação de seus clientes, de acordo com site Facebook, que caracterizam ótimos serviços e atendimento.

Quadro 3 - Análise do Serviço Oferecido Pelos Concorrentes.

Empresas	Qualidade	Atendimento	Leva e traz (A domicilio)	Preço
Bairro 1	Ótimo	Bom	Bom	Ótimo
Bairro 2	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Bom
Bairro 3	Ótimo	Ótimo	Não existe	Bom

Fonte: Próprios autores.

Observa-se que nenhuma das empresas de concorrência direta oferece serviços de banho para gatos. De acordo com a análise de clientes 100% dos entrevistados que possuem gatos, contratariam um pet shop móvel, ou seja, além da concorrência inexistente, esse mercado consumidor demonstrou interesse absoluto.

Além disso, o pet mix também traz o diferencial do acompanhamento visual dos donos dos animais, eliminando o medo de maus tratos, trazendo a comodidade ao pet por permanecer em sua residência, amenizando a ansiedade causada no transporte, mantendo a calma, pelo ambiente familiar e presença dos donos.

Quanto aos concorrentes indiretos, pessoas que optam por dar banho em seus pets por conta própria em casa, não são vistas apenas como ameaça, mas também como uma grande oportunidade. Perceptível pelo fato da opção

ser elevada pela praticidade envolvida, lacuna esta, que um pet shop móvel preenche.

Apesar dos concorrentes apresentar qualidades excelentes perante o mercado consumidor, os diferenciais do pet mix garantem vantagens competitivas.

O *pet home care* tem como maior concorrente indireto as pessoas que viajam e deixam seus animais com parentes, amigos ou vizinhos. Como concorrentes diretos apresentou-se os profissionais autônomos que prestam exatamente o mesmo serviço de *pet home care* que o pet mix. É uma empresa, pet shop, que oferece hospedagem para animais de estimação. Abaixo demonstra-se quais são esses concorrentes sob detalhes apurados.

De acordo com análise de clientes, a maioria das pessoas que viajam deixam seus pets com parentes, amigos ou vizinhos, correspondente a 79,53%, pela confiança nessas pessoas e comodidade de seu animal, caracterizando-se como concorrentes indiretos da empresa pet mix. Isto acontece pela possibilidade de reversão, ou seja, são concorrentes indiretos, mas podem optar em certo período, contratar os serviços de *pet home care* tornando-se clientes.

Esse será o desafio em combater essa concorrência, confrontar a confiança estabelecida em deixar o pet com pessoas conhecidas e optar por contratar serviços prestados em residência própria, no entanto por estranhos. A meta será provar o quão prático, cômodo e confiável o serviço prestado pela empresa é, de forma a conquistar esse público.

Apesar de ser difícil mensurar a quantidade e qualidade, existem em Presidente Prudente profissionais autônomos informais que prestam serviços de *pet home care*. Além desses profissionais, existem empresas que oferecem serviços de hospedagem para animais de estimação, os hotéis especializados.

Ambas se caracterizam como concorrentes diretas. Os profissionais autônomos por oferecer exatamente o mesmo serviço que o pet mix. Quanto às

empresas de hotéis especializados, pelo serviço de hospedagem, que capta o público que não confia em estranhos na residência em sua ausência e não optam por deixar seus pets com conhecidos.

Abaixo se apresenta a empresa concorrente do pet mix, por ser localizada em um dos bairros mais significativos da pesquisa de mercado.

EMPRESA BAIRRO BONGIOVANI: Esta empresa está localizada no bairro bongiovani, bairro com maior abrangência de público de acordo com pesquisa de mercado. É mesma concorrente do pet shop móvel, que além de serviços de banho e tosa, oferece hospedagem, onde os clientes deixam seus pets quando vão viajar. Desta forma caracteriza como uma concorrente direta dos dois tipos de serviços que o Pet Mix oferece no mercado.

O diferencial do pet mix é o oferecimento de cuidados á domicilio, trazendo toda a comodidade do animal permanecer em sua residência. Com disponibilidade de vídeos e fotos pelo aplicativo WhatsApp, para ciência dos donos de como seus animais são tratados em sua ausência. Além disso, os serviços não são apenas para alimentação, medicação, mas também atenção e carinho ao animal, que pode sentir-se solitário.

É perceptível de acordo com a pesquisa de mercado, o receio das pessoas perante o negócio, por ser algo inovador e desconhecido por maioria. Em contrapartida de maneira geral, o negócio é tido como interessante, e despertou a atenção.

Somente 25% dos entrevistados não contratariam os serviços de *pet home care*. Dentre os motivos o mais elevado é a alegação de não haver necessidade ocupando 48,68%. Em seguida com 21,61% fica o grupo que não confia em estranhos em sua residência, logo após com 18,92% as pessoas que não confiam em seus animais com estranhos, por eles apresentarem comportamentos agressivos com os mesmos. Esses grupos estão incumbidos na opção que deixa seus pets com parentes, amigos ou vizinhos.

Nota-se através da análise dos concorrentes que o plano do negócio traz inovações preenchendo uma lacuna existente no mercado consumidor.

2.3 Análise dos Fornecedores

A análise dos fornecedores é a última etapa da análise do mercado, e assim como as outras, acarreta grande importância para o empreendimento. É através dessa análise que se tem conhecimento das qualidades e defeitos de cada possível fornecedor, afim de optar por aquele que apresente melhor proposta perante as necessidades da empresa.

A parceria entre a organização e os fornecedores deve ser acentuada, pois esses são responsáveis pelos materiais que fazem a empresa funcionar, ou seja, relacionam-se diretamente com a logística da empresa, por isso a relação deve ser sólida, confiável e respeitosa.

Com a análise dos clientes foi perceptível a importância dada a qualidade das prestações de serviços pelo mercado consumidor. Esse fato auxilia na avaliação de fornecedores, partindo-se do pressuposto de melhor qualidade juntamente a valores acessíveis. Dessa forma é possível estabelecer satisfação as partes interessadas (mercado consumidor e a empresa), garantindo qualidade no melhor preço. Os critérios estabelecidos para as análises de todos os fornecedores foram:

- I. Variedade nos produtos: os fornecedores que dispõem de maior variedade de seus produtos, alcançam aqueles que oferecem melhor qualidade, sendo o alvo do Pet Mix.
- II. Prazo para entrega: esse critério está diretamente associado a logística e pronto atendimento da empresa. Através desses prazos, a empresa consegue estipular e organizar seu estoque, prevenindo problemas como falta de produtos ou vencimento dos mesmos. Nesse critério o fornecedor que obtiver o menor tempo

para entregas, juntamente com atendimento dos outros critérios, será o escolhido.

- III. Condições de pagamento: é importante analisar quais condições de pagamentos os fornecedores disponibilizam, dessa forma a empresa poderá se organizar e honrar seus compromissos.
- IV. Garantias: as garantias oferecidas pelos fornecedores e fabricantes de seus produtos são extremamente importantes para qualquer empreendimento. Através delas as empresas garantem devoluções de mercadorias com defeitos de fabricação, violadas, ou ainda que não apresentaram a qualidade informada.
- V. Atendimento: é importante captar como cada fornecedor relaciona-se diretamente com a empresa, qual o grau de comprometimento e agilidade nas informações e requisições realizadas. Nesse critério a equipe avaliou os fornecedores mediante três maneiras, ligações, e-mails e o aplicativo WhatsApp. Após análise das três formas de atendimento, realizou-se uma média para designar o desempenho de cada fornecedor.
- VI. Preço: apesar do mercado consumidor não apresentar grande interesse em menor preço, é extremamente importante para as empresas conseguir conciliar melhor qualidade e melhor preço. Por isso esse critério é importante e deve ser analisado juntamente ao critério qualidade.

Demonstra-se abaixo as análises dos fornecedores do Pet Mix, separados em produtos, equipamentos, acessórios e transportes do empreendimento.

Quadro 4 - Análise Fornecedores de Produtos Para Banho e Tosa

AVALIAÇÃO DOS FORNECEDORES DE PRODUTOS PARA BANHO E TOSA						
Fornecedores	Garantia dos produtos	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Preço	Atendimento	Variedade de Produtos
A	Excelente	Bom	Bom	Bom	Excelente	Regular
B	Bom	Excelente	Bom	Bom	Regular	Ruim
C	Excelente	Excelente	Bom	Bom	Bom	Regular
D	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom	Regular
E	Excelente	Excelente	Excelente	Bom	Excelente	Excelente
F	Excelente	Excelente	Excelente	Ruim	Bom	Bom

Fonte: Próprios autores.

Obteve-se a partir da análise dos fornecedores dos produtos a serem utilizados nos serviços de banho e tosa, a preferência pelos fornecedores Pet Love e We Love Pets. Esses são os serviços relacionados ao pet shop móvel, ambos se associam a saúde e higiene dos animais, ou seja, esses fornecedores estão diretamente ligados ao critério de qualidade, requisitado pelo mercado consumidor.

O fornecedor “Pet Love” oferece excelência em quase todos os critérios, apresentando bom desempenho apenas nos valores de suas mercadorias, pois seus produtos têm preço elevado perante os outros fornecedores, Elevage Center, Evolução Pet, Soropet e We Love Pets. Todavia, o motivo dos preços serem elevados é exatamente a excelência diante os outros critérios, ou seja, a análise provou que esse fornecedor apesar de ter valores mais altos, porém acessíveis, atenderá com seus produtos as expectativas do mercado consumidor e exigências da empresa.

A análise se assemelha perante o fornecedor We Love Pets, com a diferença de seus produtos terem preços ainda maiores, e não obterem excelência no atendimento e nas variedades de seus produtos, o que não atinge todas as expectativas da empresa.

É válido destacar que as condições de pagamentos influenciam no prazo de entrega do fornecedor Pet Love. Quando pago mediante boleto bancário o

prazo de entrega são de três dias úteis, porém se pago com cartão de crédito a entrega é feita em um dia útil.

Sendo assim, de acordo com os critérios preestabelecidos e analisados, o fornecedor Pet Love é o que apresenta melhor desempenho diante as necessidades da empresa. Entretanto, uma empresa não pode basear-se apenas em um fornecedor, pois isso significa grande dependência, é bom ter ao menos uma outra opção, nesse caso o fornecedor We Love Pets.

Quadro 5 - Análise Fornecedores de Equipamentos

AVALIAÇÃO DOS FORNECEDORES DE EQUIPAMENTOS PARA BANHO E TOSA						
Fornecedores	Garantia dos produtos	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Preço	Atendimento	Variedade de Produtos
A	Excelente	Bom	Bom	Bom	Excelente	Excelente
B	Bom	Excelente	Bom	Bom	Regular	Bom
C	Excelente	Excelente	Bom	Regular	Bom	Regular
D	Bom	Bom	Bom	Regular	Bom	Regular
E	Excelente	Excelente	Excelente	Bom	Excelente	Ruim

Fonte: Próprios autores.

Apresenta-se no quadro 5 as análises realizadas perante os fornecedores de equipamentos para os serviços do pet shop móvel, banho e tosa dos animais. Os procedimentos e ferramentas envolvidos na tosa do pet são variados, podem ser realizados com tesoura, máquina de tosa e ambas ferramentas. Por esse motivo os fornecedores dos equipamentos devem atender os critérios preestabelecidos em relação a todos os equipamentos necessários.

Nota-se que os fornecedores Elevage Center e Evolução Pet apresentaram melhor desempenho perante os critérios estabelecidos pelo Pet Mix. Sendo o fornecedor Elevage Center o primeiro colocado, pois este apresentou excelentes atendimento e variedades nos produtos. Além da disponibilidade de entrega dos produtos em um dia útil se o pagamento for realizado mediante cartão de crédito.

Enquanto o fornecedor Evolução Pet deixou a desejar em seu atendimento, pelo atraso na obtenção de resposta, inclusive respostas orçamentárias que é extremamente importante para as empresas. Além disso, não apresentou a variedade em qualidade de equipamentos esperada. Dessa forma esse fornecedor ficará em segundo plano e última alternativa.

Quadro 6 - Análise Fornecedores de Acessórios para Pets

AVALIAÇÃO DOS FORNECEDORES DE ACESSÓRIOS PARA PETS						
Fornecedores	Garantia dos produtos	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Preço	Atendimento	Variedade de Produtos
A	Excelente	Bom	Bom	Bom	Excelente	Regular
B	Excelente	Excelente	Excelente	Regular	Excelente	Regular
C	Excelente	Bom	Regular	Bom	Bom	Bom
D	Excelente	Excelente	Bom	Excelente	Excelente	Excelente
E	Excelente	Excelente	Bom	Excelente	Regular	Excelente

Fonte: Próprios autores.

O quadro 6 contém as análises dos fornecedores de acessórios para os animais de estimação clientes do Pet Mix. Esses acessórios são agrados da empresa aos clientes, para deixar o pet limpo, cheiroso e bonito com os enfeites, gravatinhas, lacinhos e adesivos para pelo.

Apesar de tratar-se de agrados, é importante não declinar os critérios de avaliação, para não prejudicar a qualidade da empresa em relação as expectativas do mercado consumidor.

Observa-se que os fornecedores Brilhante Laços e Rui Laços destacam-se entre os demais fornecedores, atendendo melhor as necessidades do Pet Mix. Sendo o fornecedor Brilhante Laços a melhor opção, pois apresentou excelente qualidade no atendimento, forneceu total atenção, agilidade e eficácia.

Quadro 7 – Análise Fornecedores de Petiscos

AVALIAÇÃO DOS FORNECEDORES DE PETISCOS						
Fornecedores	Garantia dos produtos	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Preço	Atendimento	Variedade de Produtos

A	Excelente	Excelente	Excelente	Bom	Excelente	Excelente
----------	-----------	-----------	-----------	-----	-----------	-----------

Fonte: Próprios autores.

Apresenta-se no quadro 7 a análise realizada quanto ao fornecedor de petiscos, que serão adquiridos para as vendas no trailer, pet shop móvel. O fornecedor escolhido é a empresa Pet Love, pois está melhor adequa ao que empresa procura em produtos, além disso é um fornecedor que mostrou destaque dentro os demais em outras necessidades da empresa.

Quadro 8 - Análise Fornecedores de Acessórios para Vendas

AVALIAÇÃO DOS FORNECEDORES DE ACESSÓRIOS PARA PETS						
Fornecedores	Garantia dos produtos	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Preço	Atendimento	Variedade de Produtos
A	Excelente	Bom	Bom	Regular	Excelente	Bom
B	Excelente	Excelente	Excelente	Bom	Excelente	Bom

Fonte: Próprios autores.

No quadro 8 observa-se o estudo dos fornecedores de acessórios para pets que também farão parte das vendas, como roupinhas e coleiras. O fornecedor escolhido para esse produto também foi o Pet Love, apresentando mais uma vez melhores condições perante os demais.

Quadro 9 - Análise Fornecedores de Van Adaptada

AVALIAÇÃO DOS FORNECEDORES DE VANS						
Fornecedores	Garantia dos produtos	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Preço	Atendimento	Variedade de Produtos
A	Regular	Bom	Ruim	Ruim	Regular	Excelente
B	Bom	Bom	Regular	Ruim	Bom	Bom
C	Bom	Bom	Bom	Ruim	Bom	Excelente

Fonte: Próprios autores.

A primeira ideia para o empreendimento móvel era a aquisição e adaptação de uma van, para que assim pudesse oferecer banho e tosa aos pets a domicilio, pet shop móvel. Todavia ao analisar-se os valores incumbidos em adquirir esse equipamento, constou-se preço elevado, fora da acessibilidade da empresa.

Ao analisar a aquisição de carro e trailer adaptado, observou-se notória viabilidade financeira, diferença aproximada de R\$40.000,00. Dessa maneira a van adaptada foi descartada como opção para a empresa Pet Mix, substituída pela aquisição de um carro e trailer adaptado.

Quadro 10 - Análise Fornecedores de Trailer e Adaptação

AVALIAÇÃO DOS FORNECEDORES DE TRAILER E ADAPTAÇÃO						
Fornecedores	Garantia dos produtos	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Preço	Atendimento	Variedade de Produtos
A	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
C	Bom	Bom	Bom	Excelente	Excelente	Bom

Fonte: Próprios autores

O fornecedor Casa do Trailer foi o escolhido para a compra e adaptação do trailer, isso porque demonstraram ótimo atendimento, atenção, interesse em ajudar a empresa. Melhor preço e boa qualidade, obtendo boas avaliações de outros clientes. O prazo de entrega é excelente, de 45 a 90 dias, independente da adaptação que for escolhida para o empreendimento. Dessa forma, apresentaram bom desempenho perante as necessidades do Pet Mix.

Quadro 11 – Análise Fornecedor de Carro

Condições de pagamento	Prazo de entrega	Preço	Variedade de Produtos
Bom	Bom	Excelente	Excelente

Fonte: Próprios autores.

A princípio tinha-se a concepção de adquirir um carro novo em concessionária, porém após análise acirrada do grupo constou-se que é possível encontrar um carro usada capaz de puxar o trailer em ótimas condições, que saíra com preço mais acessível.

Quadro 12 – Análise Fornecedor de Motocicleta

Condições de pagamento	Prazo de entrega	Preço	Variedade de Produtos
Bom	Bom	Excelente	Excelente

Fonte: Próprios autores.

O mesmo a respeito do carro procede no caso da motocicleta.

Observa-se que após cada análise dos fornecedores, foram escolhidos os que melhor atenderam as exigências e necessidades da empresa. Destaca-se abaixo as tabelas referentes aos produtos, valores, prazos de entrega e forma de pagamento desses fornecedores escolhidos.

O quadro a seguir apresenta os produtos de higienização e os preços da empresa Pet Love, o fornecedor escolhido como primeira opção. A empresa localiza-se em São Paulo capital, obtém prazo de três dias úteis na entrega de suas mercadorias e aceitam pagamento mediante boleto bancário.

Quadro 13 – Informações Fornecedor Produtos de Higienização

Produtos	Preço Unitário
Shampoo Pet Society Neutralizador de Odores para Cães e Gatos 300ml	R\$ 39,00
Shampoo Pet Society Beeps Branqueador 500ml	R\$ 20,60
Shampoo Pet Society Hydra Filhotes e Pele Sensível 300ml	R\$ 36,70
Shampoo Pet Society Neutro para Cães e Gatos 300ml	R\$ 30,50
Shampoo Pet Society Pelos Claros para Cães e Gatos - 300ml	R\$ 38,06
Shampoo Pet Society Beeps Filhotes 500ml	R\$ 20,20
Condicionador Pet Society Beeps Hidratante 500ml	R\$ 21,70
Condicionador Pet Society Hydra Groomers Brilho e Desembaraço para Cães e Gatos 290 ml	R\$ 42,55
Condicionador Pet Society Beeps Pelos Lisos 500ml	R\$ 21,70
Brilho Finalizador Spray Petclean - 120 mL	R\$ 23,90
Perfume Pet Clean Ele - 120 mL	R\$ 10,90
Perfume Pet Clean Fêmeas para Cães e Gatos - 500 mL	R\$ 26,90
Perfume Pet Clean Filhotes para Cães e Gatos - 500 mL	R\$ 26,90
Spray Texturizador e Finalizador Pet Society - 250 mL	R\$ 101,85
Sabonete Pet Clean Citronela - 80 g	R\$ 4,90
Sabonete Ibase Antipulgas Ibapet para Cães e Gatos - 80 g	R\$ 12,90
Sabonete Pet Clean Neutro - 80 g	R\$ 4,90
Max Fluido Pet Society Hydra Groomers Desembaraçador 500ml	R\$ 99,90
Dedeira Pet Clean com 2 Unidades para Cães e Gatos	R\$ 7,90
Solução de Higiene Oral Pet Society Dental Splash 240ml	R\$ 71,00
Spray Bucal Pet Clean Sabor Menta para Cães e Gatos - 120 mL	R\$ 10,90

Fonte: Próprios autores.

O quadro abaixo apresenta os produtos de higienização e preços da empresa We Love Pets, segundo fornecedor escolhido para mercadorias de higiene. A empresa localiza-se em São Paulo capital, oferece pagamento mediante boleto bancário e realiza a entrega em até cinco dias úteis.

Quadro 14 - Informações Fornecedor Produtos de Higienização

Produtos	Preço Unitário
Shampoo Branqueador – Linha Milk Perigot – 5lt	R\$ 237,44
Shampoo Neutro – Linha Milk Perigot – 5lt	R\$ 207,84
Shampoo Limpeza Profunda / Eliminator de Odores – Perigot – 5lt	R\$ 246,72
Shampoo Neutro Secagem Rapida e Eliminator de Odores – perigot – 5lt	R\$ 212,16
Shampoo para cabeça e face com extrato de mapati – Perigot – 1lt	R\$ 100,64
Shampoo para filhotes com pró vitamina B5 – perigot – 500ml	R\$ 47,84
Shampoo Restaurador com Andiroba e Kerafim – perigot – 500ml	R\$ 47,84
Shampoo Detox – pimenta Rosa e Framboesa – Perigot – 5lt	R\$ 265,28
Condicionador para filhotes com pró vitamina B5 – Perigot – 500ml	R\$ 47,84
Condicionador restaurador com andiroba e kerafim – perigot – 500ml	R\$ 47,84
Condicionador detox – pimenta rosa e framboesa – perigot – 5lt	R\$ 255,20
Condicionador neutro – linha milk perigot – 5lt	R\$ 189,92
Condicionador secagem ultra rapida e elim. De odores – perigot – 5lt	R\$ 199,20
Colonia pet perigot – athena – 500ml	R\$ 126,24
Colonia pet perigot – dolce – 500ml	R\$ 126,24
Colonia pet perigot – malbec – 500ml	R\$ 126,24
Colonia pet perigot – florata – 500ml	R\$ 126,04
Oil Remover – removedor de oleosidade – perigot – 500ml	R\$ 74,40
Loção limpadora de orelhas – perigot 500ml	R\$ 63,20
Pó otológico – perigot – 24g	R\$ 53,60
Fluido ultradesembaraçador – linha milk perigot 240ml	R\$ 52,64
Serum delux illuminato – perigot (120ml)	R\$ 79,68

Fonte: Próprios autores.

O quadro 15 demonstra os produtos e valores do fornecedor Elevage Center, escolhido como o primordial para aquisição de equipamentos. A empresa localiza-se em Foz do Iguaçu, seu prazo de entrega é de três dias úteis e suas condições de pagamento incluem boleto bancário.

Quadro 15 - Informações Fornecedor de Equipamentos

Produtos	Preço Unitário
Máquina de Tosa Oster A6 COMFORT 3 Vel. Bivolt	R\$ 999,00
Lâmina Oster 50 Cirúrgica	R\$ 139,00
Lâmina Oster 40	R\$ 139,00
Lâmina Oster 30	R\$ 125,00
Lâmina Oster 15	R\$ 119,00
Lâmina Oster 10	R\$ 139,00
Lâmina Oster 10 Wide	R\$ 139,00
Lâmina Oster 9	R\$ 154,70
Lâmina Oster 8 ½	R\$ 109,20
Lâmina Oster 7F	R\$ 174,00
Lâmina Oster 7 – Dentes Abertos	R\$ 156,00
Lâmina Oster 5F	R\$ 197,00
Lâmina Oster 5 – Dentes Abertos	R\$ 121,80
Lâmina Oster 4F	R\$ 197,00
Lâmina Oster 4 Dentes Abertos	R\$ 174,00
Lâmina Oster 3F	R\$ 239,00
Lâmina Oster 3 Dentes Abertos	R\$ 199,00
Lâmina Oster Lucky 10 para Gato	R\$ 139,00
Lâmina Oster Lucky 7F para Gato	R\$ 174,00
Lâmina Oster 7/8	R\$ 174,00
Lâmina Oster 5/8	R\$ 174,00
Secador Kyklon 5000 Maestro Marinho 220V	R\$ 1.599,00
Soprador Kyklon Revolution Marinho 220V	R\$ 1.299,00
Tesoura Oster Kazu 5.5" Reta	R\$ 299,00
Tesoura Oster Kazu 8" Reta	R\$ 269,00
Tesoura Oster Kazu Tubarão 28 Dentes	R\$ 399,00
Tesoura Oster Convex Curva 10"	R\$ 669,00
Tesoura Oster Kazu 6.5" Reta	R\$ 399,00
Tesoura Oster Convex Curva 8"	R\$ 669,00
Tesoura Oster Convex Reta 8"	R\$ 649,00

Produtos	Preço Unitário
Tesoura Oster Convex Tubarão	R\$ 509,00
Tesoura Oster Convex Reta 10"	R\$ 649,00
Tesoura Oster Kazu 8" Semi Dentada	R\$ 399,00
Tesoura Oster Ponta Protegida Preta 6.5"	R\$ 59,00
Alicate Prime para Unhas de Cães e Gatos Grande	R\$ 39,90
Alicate Prime para Unhas de Cães e Gatos Pequenos	R\$ 32,90
Alicate Oster Premium Médio Marrom	R\$ 44,00
Rasqueadeira Prime Grande Curva	R\$ 36,50
Rasqueadeira Prime Clássica Grande	R\$ 36,50
Raqueadeira Prime Pinos de Bolinha Grande	R\$ 36,50
Rasqueadeira Prime Flexível	R\$ 33,60
Escova Neopet Grande Pelo Longo	R\$ 109,00
Escova Neopet Pequena Pelo Curto	R\$ 89,00
Escova Neopet Grande Pelo Curto	R\$ 109,00
Escova Neopet Média Pelo Longo	R\$ 99,00
Escova Neopet Pequena Pelo Longo	R\$ 89,00
Escova Neopet Média Pelo Curto	R\$ 99,00
Jogo de Pentas Oster Premium	R\$ 54,00
Canil p/ 4 Animais Compacto Aço Galvanizado	R\$ 1.349,00
Máquina de Secar Inoxidável Kyklon	R\$ 9.000,00
Pinça Kelly Curva 14cm	R\$ 37,00
Pinça Kelly Reta 14cm	R\$ 37,00

Fonte: Próprios autores.

O próximo quadro apresenta os produtos e valores referentes ao primeiro fornecedor de acessórios para pets escolhido pelo Pet Mix, chamado Brilhante Laços. Localizada em São Paulo capital, a empresa apresenta boleto bancário como forma de pagamento e, entregam as mercadorias em até três dias úteis.

Quadro 16 – Informações Fornecedor de Acessórios

FORNECEDOR – (ACESSÓRIOS)				
Produtos	Preço Unitário	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Localização
Lacinhos (30 un.)	R\$ 10,90	3 Dias Úteis	Boleto Bancário	São Paulo
Gravatas (30 un.)	R\$ 16,90	3 Dias Úteis	Boleto Bancário	
Adesivos (50 un.)	R\$ 9,90	3 Dias Úteis	Boleto Bancário	

Fonte: Próprios autores.

A seguir apresenta-se informações sobre o segundo fornecedor escolhido para acessórios de pets, Rui laços, localizado em São Paulo capital. O prazo de entrega das mercadorias é de até três dias úteis e, as condições de pagamento inclui boleto bancário.

Quadro 17 - Informações Fornecedor de Acessórios

Produtos	Preço Unitário
Lacinhos (50 un.)	R\$ 20,00
Gravatas (30 un.)	R\$ 23,00
Adesivos (6 cartelas c/ 25un.)	R\$ 12,00

Fonte: Próprios autores.

O quadro abaixo apresenta os produtos e valores do fornecedor escolhido para suprir os petiscos que serão vendidos no pet shop móvel. A empresa Pet Love, como já mencionada, localizada em São Paulo capital, obtém prazo de entrega em até três dias úteis e, forma de pagamento inclui boleto bancário.

Quadro 18 - Fornecedor de Petiscos para Vendas

Produtos	Preço Unitário
Osso Kelco Keldog Dental Francês	R\$ 4,90
Osso Kelco Keldog Dental Bolinha	R\$ 4,90
Osso Snack Show Kr 1 Kg	R\$ 18,90
Ossinho Bio Dog Clássicos Suíno para Cães	R\$ 9,90
Osso Nó 4/5 Petiscão	R\$ 10,25
Ossinho Nestlé Purina Duro de Roer para Cães	R\$ 5,90
Osso Dingo Premium Mini Bone – 36g	R\$ 10,65
Palito de Couro Petiscão – 500g	R\$ 10,15
Petisco Nestlé Purina Doguitos Bifinhos de C	R\$ 4,90
Bifinho Kelco Keldog Criadores Carne e Cereais Raças Pequenas	R\$ 17,90
Petisco Nestlé Purina Doguitos Linguicinha	R\$ 4,90
Petisco Nestlé Purina Dog Chow Carinhos Mix de Frutas - 75 g	R\$ 5,90
Petisco Nestlé Purina Doguitos Picanha para Cães	R\$ 4,90
Petisco Whiskas temptations antibola de pelo – 40g	R\$ 5,20
Petisco Whiskas temptations salmão – 40g	R\$ 5,20
Petisco Whiskas temptations pelo saudável – 40g	R\$ 4,94
Bilisko Gato sabor carne- 45g	R\$ 2,99
Bilisko Gato sabor peixe – 45g	R\$ 2,99
Bilisko Petit Ragout picadinho de carne p/ gatos – 45g	R\$ 2,99

Fonte: Próprios autores.

A seguir observa-se o quadro referente aos produtos e valores da empresa Pet Love novamente, escolhida para fornecer acessórios e roupas para pets.

Quadro 19 - Fornecedor de Produtos para Vendas

Produtos	Preço Unitário
Vestido pickorruchos fantasy onça – rosa	R\$ 36,90
agasalho pickorruchos pirata – preto e vermelho para cães	R\$ 34,90
agasalho pickorruchos listrado azul p/ cães	R\$ 25,90
vestido pickorruchos fantasy onça – azul	R\$ 20,90
coleira furacão pet de seda simples	R\$ 4,90
coleira ferplast dayton fantasy	R\$ 34,90
coleira pawise c/ estampa de diamante p/ gatos	R\$ 29,90
colar cat M feminino inox	R\$ 24,90
colar cat pp feminino inox	R\$ 21,90

Fonte: Próprios autores.

A seguir demonstra-se as informações sobre o fornecedor do trailer adaptado, a empresa Casa do Trailer.

Quadro 20 - Informações Fornecedor de Trailer Adaptado

FORNECEDOR – (TRAILER)				
Produtos	Preço Unitário	Prazo de entrega	Condições de pagamento	Localização
Trailer para Pet Móvel adaptado	R\$ 30.000,00	45 a 90 dias	Á vista	Ribeirão Preto

Fonte: Próprios autores.

O quadro 21 apresenta as informações sobre o fornecedor do carro para puxar o trailer.

Quadro 21 - Informações Fornecedor do Carro

Produtos	Preço Unitário	Condições de pagamento
Volkswagen/Saveiro 1.6 MI Trend CE 8V G.IV usado	R\$ 25.900,00	Á vista

Fonte: Próprios autores.

Através de uma pesquisa no mercado realizada pela equipe, observou-se que é possível encontrar uma motocicleta usada em ótimas condições pelo preço apresentado no quadro baixo.

Quadro 22 - Informações Fornecedor da Motocicleta

Produtos	Preço Unitário	Condições de pagamento
Motocicleta CG Honda 150 usada	R\$ 7.000,00	Á vista

Fonte: Próprios autores.

3 PLANO DE MARKETING

O plano de marketing auxilia a empresa na construção de estratégias que garantam vantagens competitivas perante os concorrentes. Além disso também ajuda na projeção de metas, objetivos, ideais, busca de conhecimento e necessidades dos clientes, visando qualidade e satisfação.

Um bom planejamento também auxilia a identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças perante o mercado que deseja enquadrar-se. Obtendo-se conhecimento do mercado juntamente a estratégias competitivas, metas e objetivos, minimizam-se as chances de erros.

Como afirma Kotler:

“O processo de marketing consiste em analisar oportunidades de marketing, pesquisando e selecionando mercados-alvo, delineando estratégias, planejando programas e organizando implementando e controlando o esforço de marketing.” (KOTLER, 2000, p.108)

Por esses motivos e diante o mercado oscilante da atualidade, este plano é extremamente significativo para os empreendimentos. Pois ao cumprir seus objetivos eleva a empresa, conseqüentemente aumentando sua popularidade, faturamento e lucratividade.

3.1 Descrição dos Principais Serviços

O Pet Mix é um empreendimento móvel que oferecerá os serviços de pet shop e *home pet care*. No pet shop móvel estão incumbidos os serviços de banho e tosa. Os banhos serão disponibilizados a todas as raças de cachorros e gatos, utilizando shampoos de alta qualidade, objetivando atender as demandas do mercado consumidor, que mostrou interesse em maior qualidade.

As tosas, que já incluem o banho aos pets, são destinadas especificamente a cachorros no qual a raça demanda necessidade. Elas podem ser realizadas de três maneiras: utilizando máquina própria para tosa, tesoura, ou integralizando as duas ferramentas. Dessa forma o serviço é variado, pois depende da raça do animal, assim como do gosto do dono, que pode escolher a maneira e o design da tosa de seu pet.

Além dos tipos específicos de tosa para cada raça de cachorro, existirá as tosas higiênicas, que são aplicadas igualmente, independente da raça. Essa tosa consiste na limpeza das regiões mais suscetíveis a acumulo de bactérias e sujeiras, como a região das patas, genital e da barriga.

Ao fim de cada serviço prestado pelo pet shop, os animais serão devidamente perfumados e escovados. Também terá o opcional de acessórios inclusos, como gravatinhas, lacinhos e adesivos para pelos.

O *home pet care* é o serviço que auxilia as pessoas que possuem um animal de estimação nos cuidados diários. Esses cuidados são divididos em quatro tipos: a alimentação, medicação, limpeza do local e passeios com o pet. Podem ser requisitados de maneira integrada ou separada.

A alimentação consiste em cuidar de todo o processo alimentício do pet, disponibilizando ração e água, higienizando os locais onde serão depositadas. A medicação é o processo de aplicar medicamentos receitados pelo veterinário do pet, quando esse estiver doente. Vale ressaltar que o Pet Mix não receitará medicamentos, apenas realizará os processos de aplicação.

A limpeza do local visa higienizar o ambiente onde o pet satisfaz suas necessidades. Os passeios consistem em caminhar com os animais, leva-los a praças e ambientes arejados, propícios a passeios, responsabilizando-se totalmente por eles.

Todos os serviços prestados pelo Pet Mix visam os melhores cuidados, atenção e carinho aos animais, ou seja, dedicação total, na ausência e

presença dos donos. Preocupando-se em satisfazer todas as partes interessadas.

3.2 Preços

Para determinar os preços dos serviços a serem prestados pela empresa, foram realizadas análises perante os valores dos concorrentes, análises das raças e tamanhos dos animais de estimação, bem como os tipos de serviços, pois cada um necessita de uma mão de obra e ferramenta específica. Além da análise dos clientes, observando a partir desta, que o mercado consumidor está interessado em excelência na qualidade e não menor preço.

Após apuração e relação entre todas as análises, pode-se visualizar um parâmetro entre qualidade e valores, diante os serviços prestados e ferramentas utilizadas em cada um desses. Segue abaixo tabela de preços referentes aos serviços da empresa Pet Mix.

Quadro 23 - Preços de banho e tosa

Banho	Valores
Pequeno porte	R\$ 25,00
Medio	R\$ 35,00
Grande porte	R\$ 45,00
Cães gigantes	R\$ 60,00
Gatos	R\$ 40,00
Tosa Higienica + Banho	Valores
Pequeno	R\$ 35,00
medio	R\$ 55,00
grande	R\$ 65,00
cães gigantes	R\$ 80,00
Banho + tosa	Valores
Pequeno	R\$ 45,00
medio	R\$ 65,00

grande	R\$ 75,00
cães gigantes	R\$ 90,00

Fonte: Próprios autores.

Quadro 24 - Preços Serviços Pet Home Care

Medicação	R\$ 20,00
auxilio de cuidados	R\$ 25,00
Passeios	
Pequeno/medio	R\$ 30,00
Grande	R\$ 35,00
Cães gigantes	R\$ 40,00
passeio + cuidados	
Pequeno/Medio	R\$ 45,00
Grande	R\$ 52,00
Cães gigantes	R\$ 58,00
passeio + Medicação	
Pequeno/Médio	R\$ 40,00
Grande	R\$ 47,00
Cães gigantes	R\$ 53,00

Fonte: Próprios autores.

Quadro 25 - Preços para Planos Mensais

Pequeno	Valores	Descontos %
3 Banhos / 1 tosa	R\$ 100,00	16,70
4 banho / 2 tosa higienica	R\$ 140,00	17,65
3 banho / 1 tosa higienica / 1 tosa	R\$ 130,00	16,13
Médio	Valores	Descontos %
3 Banhos / 1 tosa	R\$ 140,00	17,65
4 banho / 2 tosa higienica	R\$ 200,00	20
3 banho / 1 tosa higienica / 1 tosa	R\$ 190,00	15,56
Grande	Valores	Descontos %
3 Banhos / 1 tosa	R\$ 180,00	14,29
4 banho / 2 tosa higienica	R\$ 270,00	12,90
3 banho/ 1 tosa higienica/ 1 tosa	R\$ 235,00	14,55

Cães gigantes	Valores	Descontos %
3 Banhos / 1 tosa	R\$ 230,00	14,81
4 banho / 2 tosa higienica	R\$ 360,00	10
3 banho / 1 tosa higienica / 1 tosa	R\$ 310,00	11,43

Fonte: Próprios autores.

3.3 Estratégias Promocionais

Segue abaixo algumas estratégias de marketing a serem adotadas pela empresa Pet Mix, afim de atrair e fidelizar clientes, garantindo melhor fixação no mercado consumidor. Além de auxiliar em vantagens competitivas perante a concorrência, viabilizando o empreendimento.

Estratégia 1: Será o evento de inauguração. Haverá a realização de um concurso de beleza para cachorros no Parque do Povo em Presidente Prudente. Um evento simples, que terá uma banca com no mínimo três jurados, e critérios preestabelecidos aos participantes. O cãozinho vencedor ganhará um mês de banho e uma tosa, ambos grátis. Para participar bastará comparecer ao evento no horário marcado e preencher uma pequena ficha de inscrição, contendo apenas dados essenciais, como nomes (do dono e do animal), endereço, raça do cachorro e método para contato. O concurso será válido para os 30 primeiros inscritos.

Estratégia 2: É o modo de divulgação do empreendimento, que também servirá para a divulgação do evento de inauguração. Para isto a empresa contará com outdoor em pontos estratégicos na cidade de Presidente Prudente, que disporá de maior visualização. E o marketing de mala direta, mediante carta convite, que serão enviadas pelos correios e online (e-mail e facebook), ou seja, selecionar endereços do público alvo da empresa e efetuar os convites.

Estratégia 3: Essa estratégia está diretamente ligada a estratégia de inauguração, visando o marketing de relacionamento. A partir do primeiro concurso, a empresa fará anualmente um concurso apenas para os clientes, afim de criar maiores laços, mostrá-los a sua importância para a empresa. Além disso, há a possibilidade de despertar interesse no mercado consumidor que ainda não faça parte da freguesia.

Estratégia 4: A empresa realizará o sistema carimbo de carteirinha. Todos os clientes do pet shop móvel, receberão uma carteirinha ao termino da primeira prestação de serviços, seja ele o banho ou banho e tosa. Ao completar dez carimbos relacionados a banho e dez carimbos relacionados a tosa, o cliente terá o direito da prestação grátis do serviço ao qual completou a sequência de dez carimbos. Entretanto há prazo de validade, as carteirinhas serão carimbadas e assinadas com datas, se dentro de 12 meses o cliente não a completar, esta será anulada e ele ganhará outra para tentar novamente.

Estratégia 5: Essa estratégia conta com a criação de página para divulgação no site Facebook. É simples, ao criar a página escolhe-se um plano de pagamento diário mediante cartão de crédito, cada plano tem um valor, quanto maior ele for, mais curtidas diárias são garantidas.

Esse plano serve para impulsionar a divulgação da página. Basta escolher o plano, filtrar o público alvo e selecionar as publicações que se deseja divulgar. Ao termino dessas etapas o próprio site Facebook fará a publicidade para esse público, fazendo as publicações aparecer em seus perfis.

O plano mínimo diário é de R\$5,00 e garante de quatro a dezessete curtidas no dia. Com esse plano a empresa gastará apenas R\$150,00 ao mês e consegue a média de 300 curtidas nas publicações da página, todavia existem ainda as divulgações gratuitas.

Quando as pessoas gostam de alguma publicação geralmente compartilham, e isto gera divulgação instantânea e gratuita para a página a

quem pertence a publicação. A ideia é impulsionar além de informações sobre os serviços da empresa, dicas importantes e interessantes para o cotidiano dos pets, assim como vídeos e imagens graciosas dos mesmos. Essa é uma maneira de despertar essa divulgação gratuita.

Estratégia 6: A última estratégia de marketing que o Pet Mix adotará é a ferramenta AdWord do google, trata-se do serviço de link patrocinados, um espaço no google onde as empresas podem linkar palavras chaves relacionadas ao seu negócio, na busca que os internautas farão no google.

É uma divulgação em larga escala, porém é paga por cada clique dos internautas, ou seja, cada clique feito que esteja relacionado a palavra chave escolhida pela empresa é pago, não importando se a busca realizada tinha mesmo como alvo a empresa em si. Por esse motivo é importante selecionar com cuidado cada palavra chave que se deseja linkar a empresa.

O Pet Mix disporá das seguintes palavras na ferramenta AdWord: pet shop trailer prudente; pet shop domicílio prudente; pet shop casa prudente; banho cachorro prudente; banho gato prudente; tosa cachorro prudente; banho móvel prudente; pet shop prudente móvel;

É importante ressaltar que as palavras podem ser alteradas. Conforme as empresas percebem a inutilidade de palavras podem elimina-las, assim como podem acrescentar novas palavras diante a percepção do negócio no mercado, ou seja, essa ferramenta necessita de constante análise pós implementação do empreendimento.

3.4 Estrutura de Comercialização

O Pet Mix efetuará prestação de serviços a domicílio. Dividindo-se em dois tipos, pet shop móvel e *home pet care*. O pet shop móvel conta com um trailer adaptado, possuindo todas as estruturas para banho e tosa a animais. Este direciona-se até a residência do cliente e realiza a prestação de serviço,

que pode ser realizado a porta da casa, em frente à residência, ou no quintal e garagem, dentro da residência. O pet shop móvel conta também com vendas de petiscos, roupinhas e coleiras para os pets.

Quanto aos serviços prestados no ramo de *home pet care*, as babás para animais domésticos vão até as residências com a motocicleta da empresa, e realizam os serviços aos quais foram requisitadas.

A comercialização será feita de modo direto com os clientes, que requisitarão os serviços através de ligações, aplicativo WhatsApp, site Facebook e o próprio site da empresa. O pagamento será aceito de duas maneiras, a vista ou cartão de crédito e débito. Exceto os clientes que optam por planos mensais, esses efetuarão pagamentos mediante boletos bancários.

3.5 Localização do Negócio

Trata-se de um negócio móvel, todavia mesmo os empreendimentos dessa magnitude necessitam de escritório para a gerência, atendimento aos clientes realizado online e por ligações, depósito para estoque, além da garagem para guardar o carro, trailer e moto da empresa.

O atendimento aos clientes não é feito fisicamente, por esse motivo não há necessidade de boa localização do escritório em Presidente Prudente. Sendo assim o local escolhido para instalação é uma residência no bairro Residencial Florenza, aluguel no valor de R\$ 600,00.

A residência tem três cômodos (quarto, sala e cozinha), banheiro, quintal e área de serviço. O quarto servirá para armazenagem do estoque, o escritório da gerência será na sala. A cozinha, banheiro e área de serviço servirão para necessidades pessoais de todos os funcionários. O quintal dispõe de bom espaço, sendo compatível para o trailer, carro e moto.

Para maior segurança dos patrimônios da empresa, serão instaladas na residência câmeras de segurança e sistemas de alarme, amenizando as chances de roubos e grandes perdas.

4 PLANO OPERACIONAL

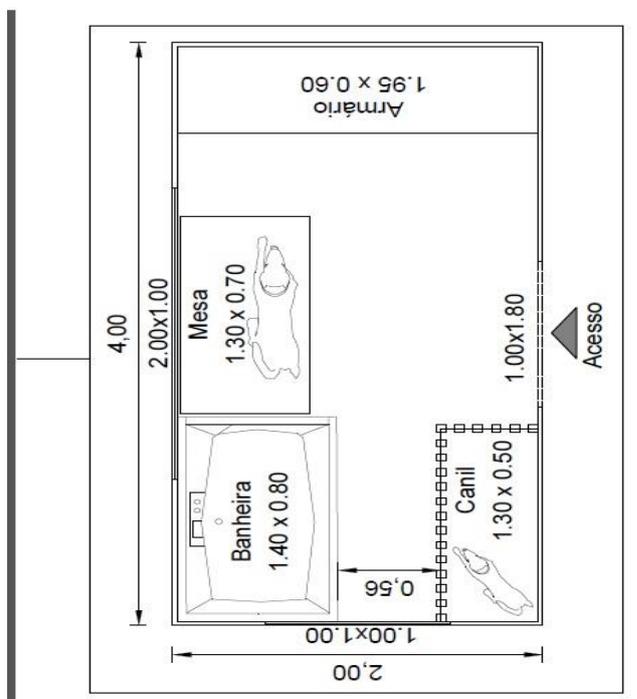
O plano operacional tem como objetivo apresentar a organização da empresa, como os processos dos serviços prestados, apresentação da necessidade dos funcionários, disposição e espaço do local, além das capacidades produtivas e de atendimentos.

Dessa maneira a empresa consegue captar e avaliar seu funcionamento, visando a melhoria contínua. Segue abaixo os procedimentos do plano operacional do Pet Mix.

4.1 Layout ou Arranjo Físico

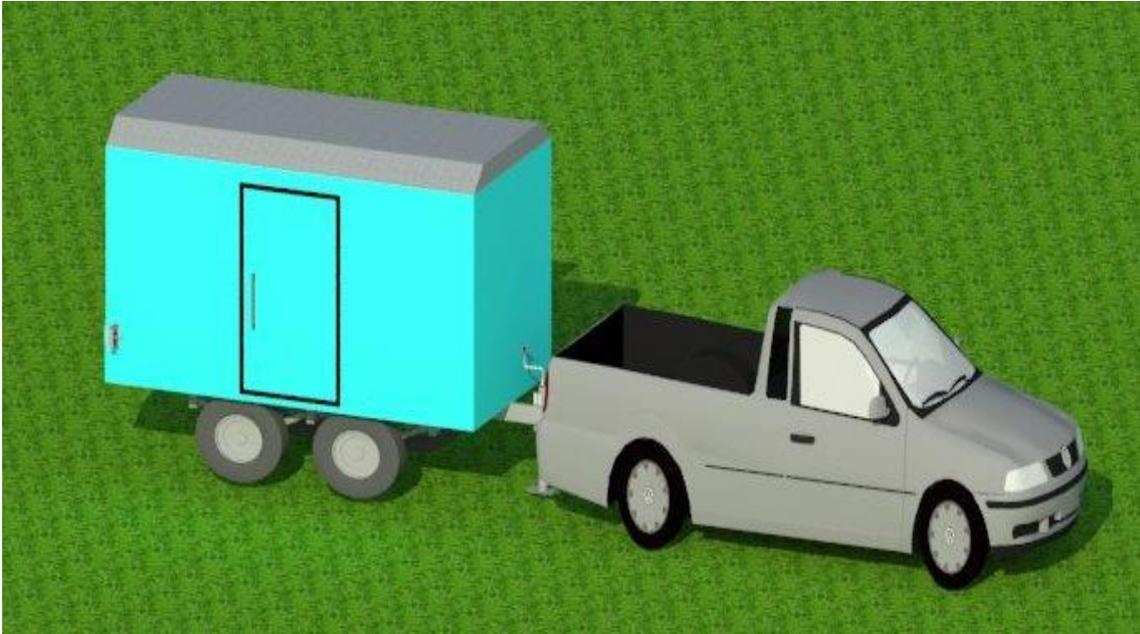
A seguir apresenta-se a planta baixa do trailer.

Figura 2 - Planta Baixa



Fonte: Próprios autores (desenvolvido por Lohana Vieira).

Figura 3 - Layout do Empreendimento



Fonte: Próprios autores (desenvolvido por Camila Rocha).

Figura 4 - Layout do Empreendimento



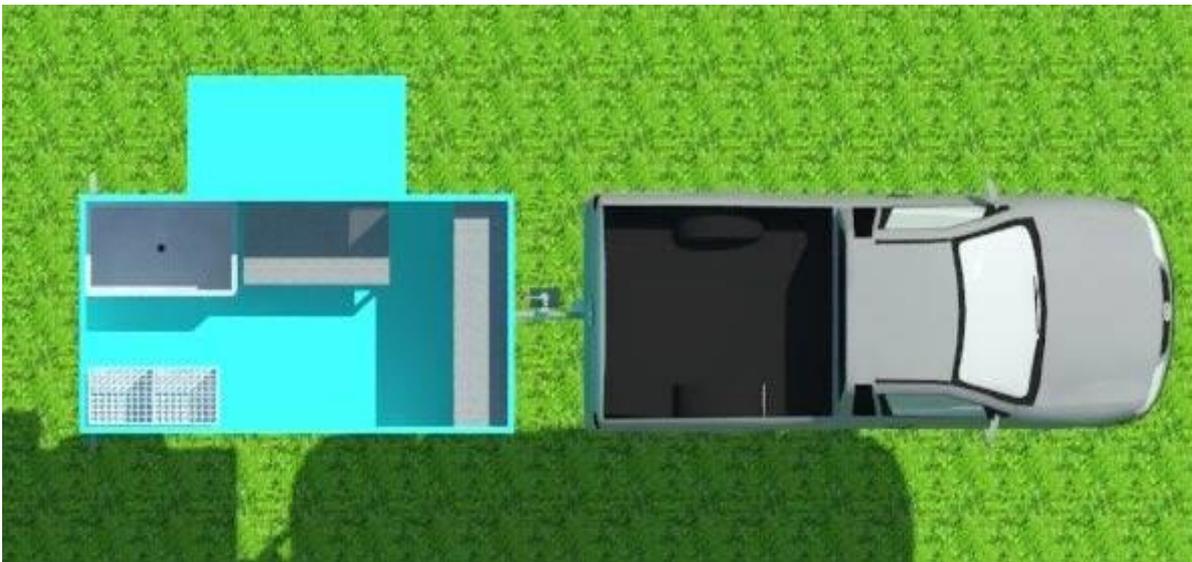
Fonte: Próprios autores (desenvolvido por Camila Rocha).

Figura 5 - Layout do Empreendimento



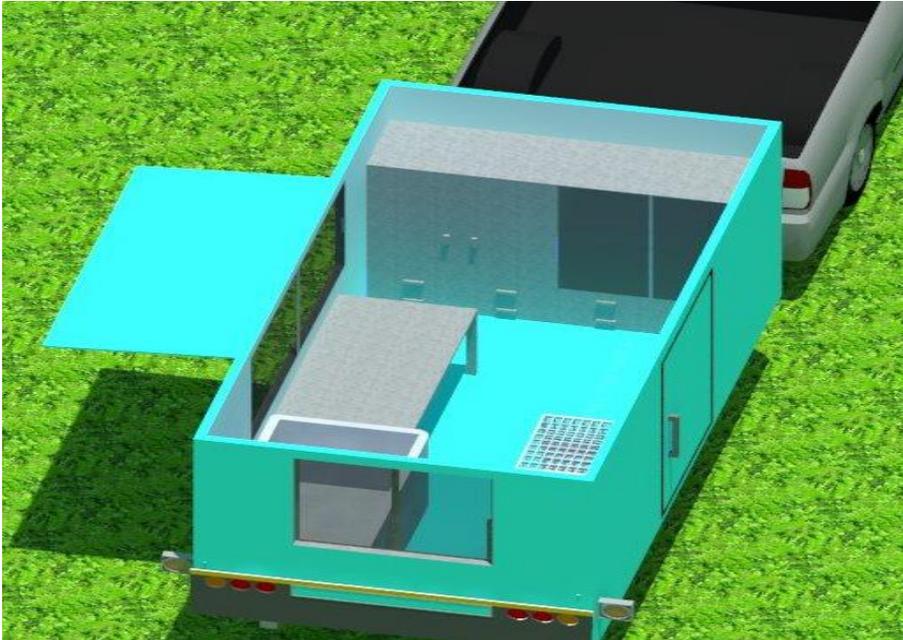
Fonte: Próprios autores (desenvolvido por Camila Rocha).

Figura 6 - Layout do Empreendimento



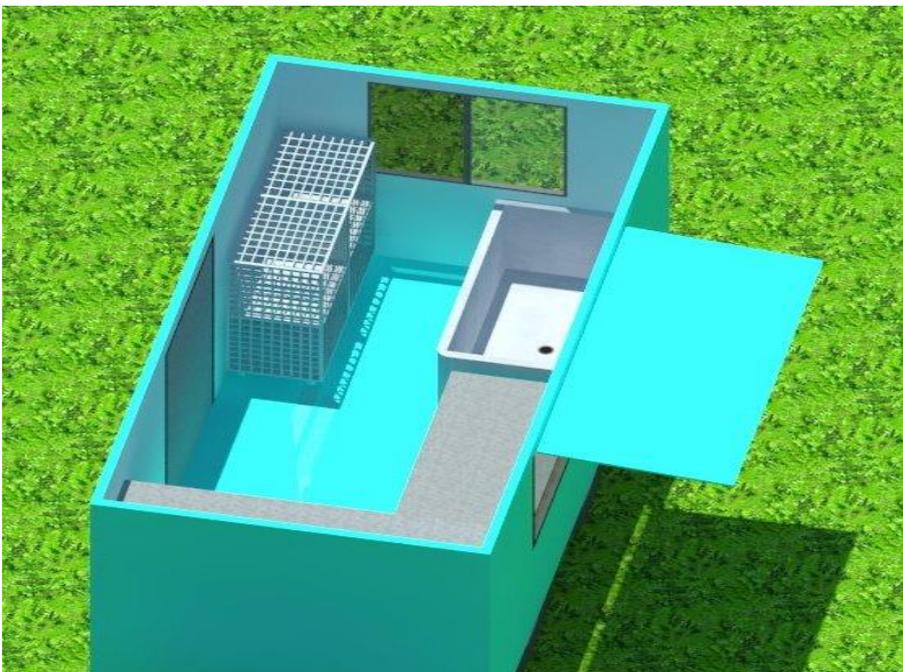
Fonte: Próprios autores (desenvolvido por Camila Rocha).

Figura 7 - Layout do Empreendimento



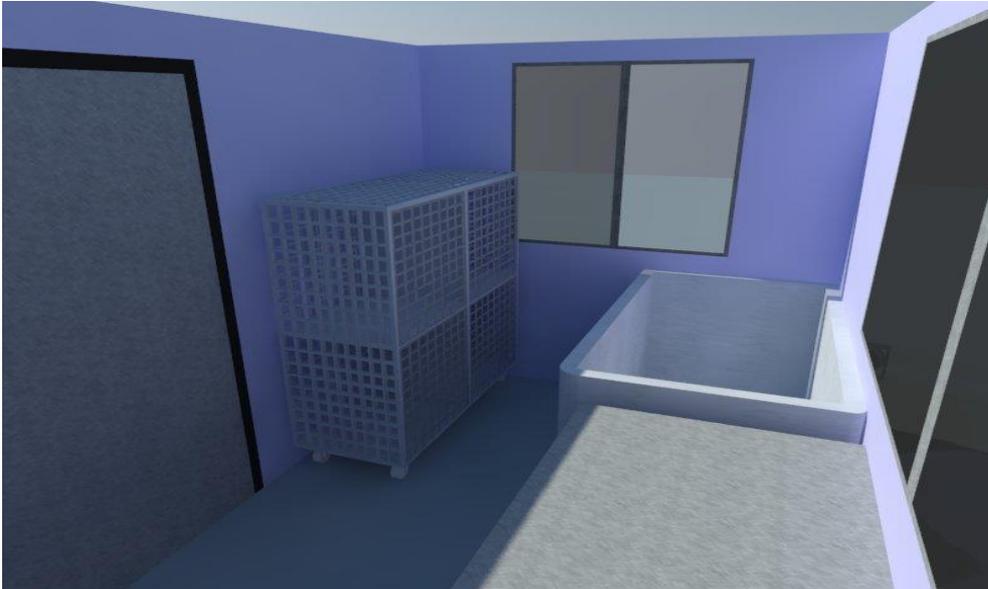
Fonte: Próprios autores (desenvolvido por Camila Rocha).

Figura 8 - Layout do Empreendimento



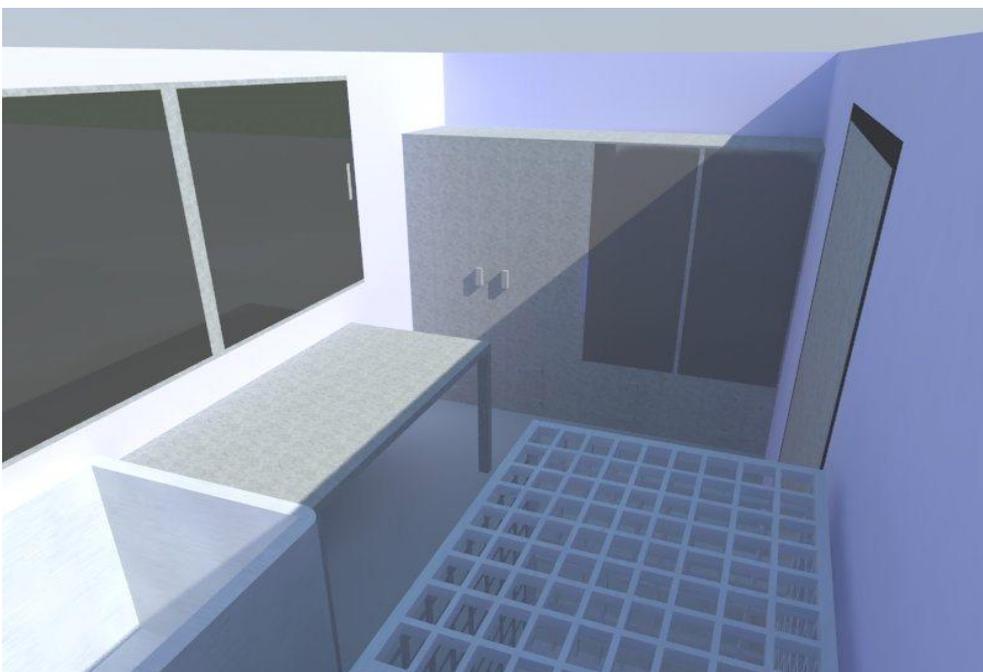
Fonte: Próprios autores (desenvolvido por Camila Rocha).

Figura 9 - Layout do Empreendimento



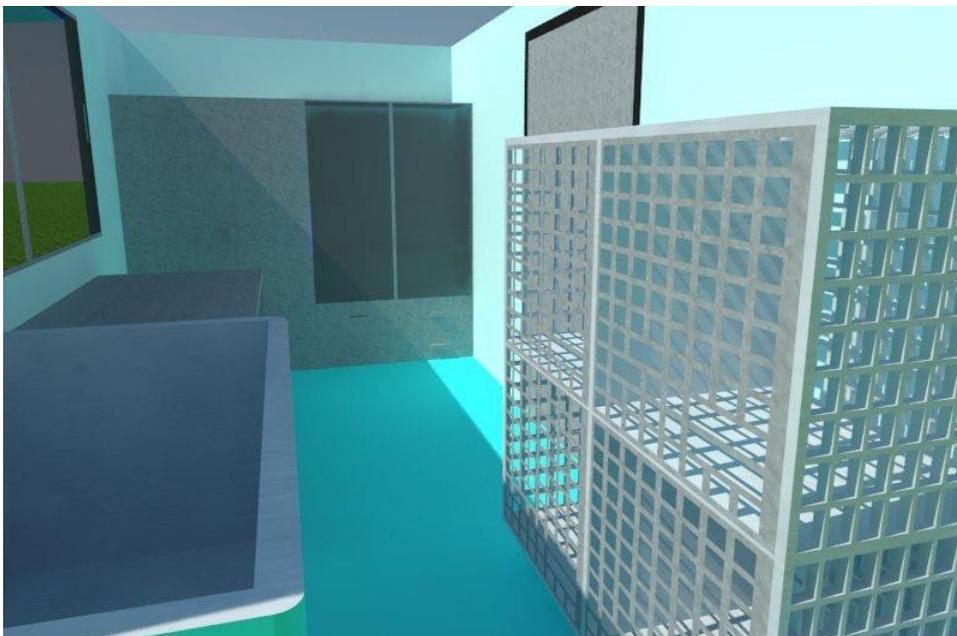
Fonte: Próprios autores (desenvolvido por Camila Rocha).

Figura 10 - Layout do Empreendimento



Fonte: Próprios autores (desenvolvido por Camila Rocha).

Figura 11 - Layout do Empreendimento



Fonte: Próprios autores (desenvolvido por Camila Rocha).

4.2 Capacidade Produtiva e de Atendimento

A capacidade produtiva do pet mix terá como base o equilíbrio entre os colaboradores e a agilidade de locomoção até o cliente, em ambas prestações de serviço.

O pet shop móvel contará com dois funcionários para a realização dos serviços, um tosador/banhista e um motorista/auxiliar. Funcionará em regime de 44 horas semanais, sendo o atendimento de segunda-feira a sexta-feira das 08:00hrs as 12:00hrs, retornando as 14:00hrs finalizando as 18:00hrs, aos sábados o atendimento ficará das 09:00hrs as 13:00hrs.

O trailer possuirá 8m² de dimensionamento, contendo uma banheira, um canil, uma mesa e um armário. Utilizando as disponibilidades de equipamento e colaboradores a capacidade produtiva máxima do pet shop móvel é de seis pets por dia.

O *home pet care*, segue os mesmos padrões do pet shop móvel, referente aos horários de atendimento e regime trabalhista, diferenciando-se apenas na disposição do funcionário e locomoção, pois contará com uma babá de pet que utilizará uma motocicleta para destinar-se aos clientes. A capacidade produtiva máxima do *home pet care* será de seis pet por dia.

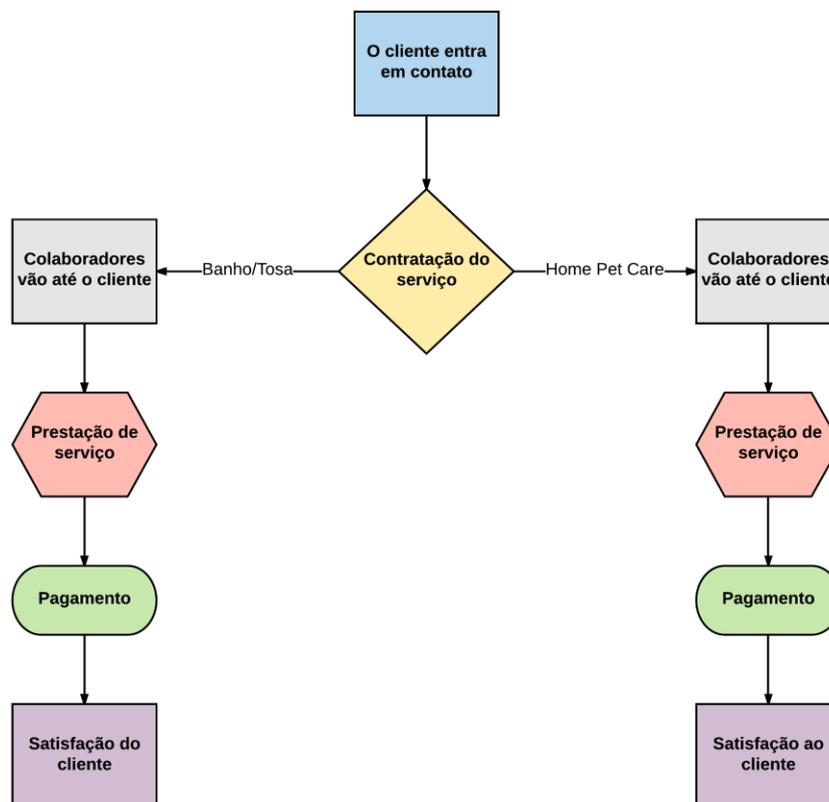
A capacidade máxima de seis clientes por dia é baseada no tempo aproximado para a conclusão de cada serviço e ainda o tráfego no trânsito. De acordo com dados obtidos em outros pet shops leva-se uma hora e meia para a realização de banho e tosa em um animal, a variação ocorre, pois depende do animal e da agilidade do tosador.

A empresa pressupõe agilidade sendo assim os serviços serão realizados na maior rapidez possível, sem que afete a qualidade e segurança do pet. Considerando isso, e que nem todos os serviços serão necessariamente tosa e banho, estima-se uma média de uma hora e meia para cada realização dos serviços incluídos no pet shop móvel.

A mesma linha de raciocínio foi utilizada em relação aos serviços do *home pet care*. O serviço mais demorado é o passeio com animal, porém parte-se do pressuposto que não serão apenas passeios no dia, estimando assim a média de uma hora e meia por cliente.

4.3 Processos Operacionais

Figura 12 - Fluxo de Processos Operacionais do Pet Mix



Fonte: Próprios autores.

O cliente entrará em contato com a empresa para contratar algum dos serviços à disposição. O contato será realizado através de ligação, WhatsApp, Facebook ou site da empresa. O atendente coletará as informações necessárias como: nome do cliente, endereço completo, onde deseja a realização do serviço (porta da casa ou garagem), forma de pagamento (cartões de crédito ou débito ou dinheiro a vista) e telefone para contato.

As informações coletadas serão armazenadas na agenda eletrônica e transmitidas aos responsáveis pela prestação de cada serviço via WhatsApp. Este por sua vez se locomoverá até o destino e realizará o serviço nas condições desejadas pelo cliente.

Após a concretização do serviço, o cliente realizará o pagamento, conforme as informações coletadas, em seguida o funcionário entregará ao cliente a carteirinha para carimbo, pois com ela concorre-se á prêmios, de acordo com o plano de marketing.

Com o intuito de melhoria continua, a empresa trabalhará com avaliação da satisfação do cliente perante os serviços realizados. Para isso entrará em contato com todos os clientes e realizará um mini questionário, dessa maneira captar as possíveis frustrações ou pelo contrário, satisfações.

4.4 POP – Processo Operacional Padronizado

Afim de visar eficiência, economia e evitar desperdícios, a empresa terá um processo operacional padronizado a ser seguido pelos funcionários do pet shop móvel. Pois os serviços prestados por esse ramo afetam diretamente a logística do estoque da empresa.

O sistema buscará padronizar o uso de todos os produtos, cujo o cálculo é embasado em mililitros, que farão parte do processo produtivo, ou seja, todos os produtos usados para o banho dos animais. Esses produtos são: shampoo, condicionador e desembaraçador.

Os shampoos e condicionadores seguirão a mesma quantidade de mililitros, variando de acordo com o tamanho do animal. Cachorro pequeno porte utilizar no máximo 70ml; médio porte 100ml; grande porte 130ml; gigantes 160ml; gatos 50ml.

O desembaraçador é um produto específico para cachorros peludos, seu uso é para auxiliar no desembaraço dos pelos, de modo a não machucar o pet. Sendo assim sua aplicação é variável de acordo com a necessidade de desembaraço além do tamanho e raça do animal.

4.5 Satisfação ao Cliente

Com intuito de melhoria contínua e maior satisfação aos clientes, a Pet Mix trabalhará com um sistema interno para medir o nível de agrado ou queixas dos mesmos.

Para isso com o prazo máximo de dois dias, o atendente ligará para os clientes e realizará um mini questionário. Segue abaixo as perguntas que serão aplicadas.

- I. Você gostou de poder acompanhar a realização do serviço em seu pet?
- II. Se sentiu seguro, pela realização do serviço ser realizado em frente a seu domicilio?
- III. O cachorro se sentiu bem após a realização do serviço?
- IV. Gostou do nosso atendimento antes e após a prestação dos serviços?
- V. Tem alguma reclamação a fazer, para que não ocorram erros ou algo de seu agrado nos próximos serviços prestados?

4.6 Necessidade de Pessoal

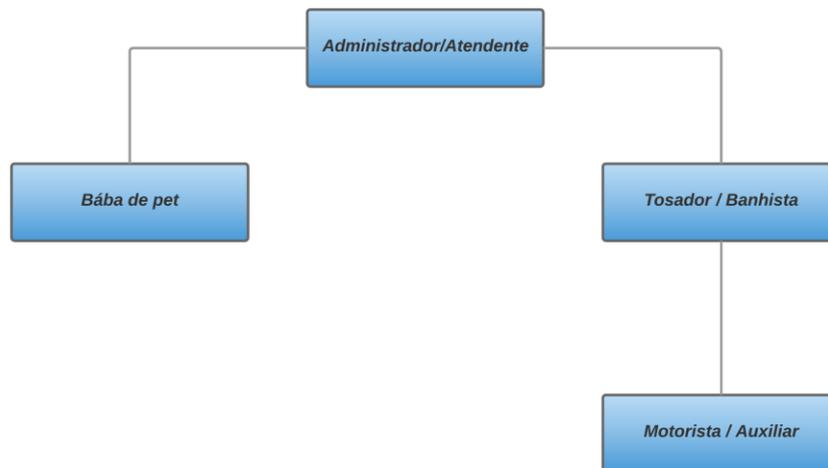
O quadro a seguir apresenta a relação dos funcionários que empresa necessitará, constituindo o cargo, quantidade por função e quais qualificações a empresa requer para o cargo.

Quadro 26 - Necessidade de Pessoal

Quantidade	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Tosador/Banhista	Experiência no ramo
1	Motorista/Auxiliar	CNH BC e experiência como motorista
1	Administrador/Atendente	Formação em Administração (técnico ou superior) e experiência no ramo
1	Babá de pet	Afinidade com animais

Fonte: Próprios autores.

Figura 13 - Organograma da Empresa



Fonte: Próprios autores.

5 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro tem suma importância ao plano de negócio, as demonstrações obtidas como, fluxo de caixa, estoques iniciais, estimativas de vendas, demonstração de resultado, guiam as decisões empresariais. Devido aos cálculos econômicos obtidos é possível mensurar compatibilidade financeira para o novo empreendimento, antes de inaugura-lo, evitando dessa forma frustrações econômicas dentre as partes interessadas.

A seguir apresenta-se toda a análise financeira da empresa.

5.1 Estimativa dos Investimentos Fixos

5.1.1 Máquinas e Equipamentos

O quadro abaixo apresenta todos os gastos que a empresa terá ao adquirir as máquinas e equipamentos necessários.

Quadro 27 - Máquinas e Equipamentos

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Trailer Adaptado *	1	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00
2	Máquina de Tosa Oaster A6 COMFORT 3 Vel. Bivolt	1	R\$ 999,00	R\$ 999,00
3	Lâmina Oster 7 – Dentes Abertos	1	R\$ 156,00	R\$ 156,00
4	Lâmina Oster 10 Wide	1	R\$ 139,00	R\$ 139,00
5	Lâmina Oster 15	1	R\$ 119,00	R\$ 119,00
6	Tesoura Oster Kazu 8” Reta	1	R\$ 269,00	R\$ 269,00
7	Tesoura Oster Convex Curva 10”	1	R\$	R\$

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
			669,00	669,00
8	Tesoura Oster Ponta Protegida Preta 6.5"	1	R\$ 59,00	R\$ 59,00
9	Secador Kyklon 5000 Maestro Marinho 220V	1	R\$ 1.599,00	R\$ 1.599,00
10	Soprador Kyklon Revolution Marinho 220V	1	R\$ 1.299,00	R\$ 1.299,00
11	Alicate Prime para Unhas de Cães e Gatos Grande	1	R\$ 39,90	R\$ 39,90
12	Alicate Prime para Unhas de Cães e Gatos Pequenos	1	R\$ 32,90	R\$ 32,90
13	Escova Neopet Grande Pelo Longo	1	R\$ 109,00	R\$ 109,00
14	Escova Neopet Pequena Pelo Curto	1	R\$ 89,00	R\$ 89,00
15	Jogo de Pentas Oster Premium	1	R\$ 54,00	R\$ 54,00
16	Pinça Kelly Curva 14cm	1	R\$ 37,00	R\$ 37,00
17	Pinça Kelly Reta 14cm	1	R\$ 37,00	R\$ 37,00
18	Coleira	5	R\$ 26,59	R\$ 132,95
	TOTAL	22	R\$ 35.706,80	R\$ 35.839,75

Fonte: Próprios autores.

O trailer adaptado adquirido contém alguns equipamentos a serem usados, são eles: banheira, mesa para tosa, canil, armário e dois reservatórios de água, um para água limpa e outro para água suja.

5.1.2 Móveis e Utensílios

Abaixo apresenta-se o quadro com a relação de todos os gastos que a empresa terá na compra dos móveis e utensílios necessários.

Quadro 28 - Móveis e Utensílios

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Notebook	1	R\$ 2.898,00	R\$ 2.898,00

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
2	Mesa de Computador	1	R\$ 259,99	R\$ 259,99
3	Cadeira de Escritório	1	R\$ 189,90	R\$ 189,90
4	Impressora	1	R\$ 265,00	R\$ 265,00
5	Puff	3	R\$ 68,90	R\$ 206,70
6	Máquina de cartão	2	R\$ 118,80	R\$ 237,60
7	Telefone fixo	1	R\$ 85,00	R\$ 85,00
8	Celular	3	R\$ 600,00	R\$ 1.800,00
9	Ar Condicionado	1	R\$ 1.169,00	R\$ 1.169,00
10	Filtro de água	1	R\$ 99,90	R\$ 99,90
11	Mesa de cozinha c/cadeiras	1	R\$ 99,00	R\$ 99,00
12	Lixeira	3	R\$ 13,99	R\$ 41,97
13	Geladeira	1	R\$ 799,00	R\$ 799,00
14	Cafeteira	1	R\$ 49,00	R\$ 49,00
	TOTAL	21	R\$ 6.715,48	R\$ 8.200,06

Fonte: Próprios autores.

5.1.3 Veículos

A seguir observa-se o quadro que mostra os valores dos veículos necessários para empresa, o total que será gasto para aquisição.

Quadro 29 - Veículos

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Volkswagen/Saveiro 1.6 MI Trend CE 8V G.IV Usado	1	R\$ 25.900,00	R\$ 25.900,00
2	Motocicleta CG Honda 150 Usada	1	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00
	TOTAL		R\$	32.900,00

Fonte: Próprios autores.

5.1.4 Total dos Investimentos Fixos

O quadro abaixo finaliza a demonstração de investimentos fixos, apresentando o total que a empresa gastará.

Quadro 30 - Total dos Investimentos

	Descrição	Valor	
1	Máquinas e Equipamentos	R\$	35.839,75
2	Móveis e utensílios	R\$	8.200,06
3	Veículos	R\$	32.900,00
TOTAL		R\$	76.939,81

Fonte: Próprios autores.

5.2 Capital de Giro

5.2.1 Estimativa de Estoque Inicial

A seguir apresenta-se o quadro que relaciona os gastos do estoque inicial que a empresa precisará.

Quadro 31 - Estimativa de Estoque Inicial

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Shampoo Limpeza Profunda / Eliminator de Odores – Perigot – 5lt	1	R\$ 246,72	R\$ 246,72
2	Shampoo para filhotes com pró vitamina B5 – perigot – 500ml	1	R\$ 47,84	R\$ 47,84
3	Shampoo Neutro Linha Milk Perigot 5lt	1	R\$ 207,84	R\$ 207,84
4	Condicionador Pet Society Beeps Hidratante 500 ml	10	R\$ 21,70	R\$ 217,00
5	Condicionador Pet Society Pelos Lisos 500 ml	5	R\$ 21,70	R\$ 108,50
6	Perfume Pet Clean 120 ml	5	R\$ 10,90	R\$ 54,50

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
7	Brilho Finalizador Spray Pet Clean 120 ml	5	R\$ 23,90	R\$ 119,50
8	Sabonete Pet Clean Neutro 80 g	15	R\$ 4,90	R\$ 73,50
9	Fluido Ultradesebarçador Linha Milk Perigot 240 ml	1	R\$ 52,64	R\$ 52,64
10	Lacinhos	100	R\$ 0,40	R\$ 40,00
11	Gravatas	90	R\$ 0,76	R\$ 68,40
12	Adesivos	150	R\$ 0,08	R\$ 12,00
13	Osso Kelko Keldog Dental Francês	10	R\$ 4,90	R\$ 49,00
14	Ossinho Nestlé Purina Duro de Roer Para Cães	10	R\$ 5,90	R\$ 59,00
15	Palito de Couro Petiscão - 500g	5	R\$ 10,15	R\$ 50,75
16	Petisco Nestlé Purina Doguita Bifinhos	10	R\$ 4,90	R\$ 49,00
17	Petisco Whiskas Temptations	5	R\$ 5,20	R\$ 26,00
18	Bilisko Gato - 45g	5	R\$ 2,99	R\$ 14,95
19	Vestido Pickrruchos fantasy onça	2	R\$ 36,90	R\$ 73,80
20	Agasalho Pickrruchos listrados	2	R\$ 25,90	R\$ 51,80
21	Coleira Furacão Pet de seda simples para cães	5	R\$ 4,90	R\$ 24,50
22	Coleira pawise com estampa de diamante para gatos	5	R\$ 29,90	R\$ 149,50
TOTAL		443	R\$ 771,02	R\$ 1.796,74

Fonte: Próprios autores.

5.2.2 Contas a Receber

O quadro a seguir mostra a relação de pagamento dos consumidores a empresa.

Quadro 32 - Contas a Receber

Prazo Médio de Vendas	%	Número de dias	Média Ponderada
Á VISTA	60	0	0
Á PRAZO (1)	40	30	12
Prazo Médio Total			12

Fonte: Próprios autores.

Nota-se que 60% corresponde a pagamentos à vista, e o restante a pagamento a prazo. A média estipulada parte do pressuposto dos valores

razoavelmente baixos dos serviços prestados pela empresa. Dessa forma mais propícios pagamentos à vista, excedendo apenas 20% a pagamentos a prazo, pois estes incluem pagamentos mediante cartões de crédito.

5.2.3 Contas a Pagar

O quadro a seguir mostra a relação de pagamento das contas que a empresa terá, como por exemplo, fornecedores.

Quadro 33 - Contas a Pagar

Prazo Médio de Compras	%	Número de Dias	Média Ponderada
Á VISTA	10	0	0
Á PRAZO (1)	90	30	27
Prazo Médio Total Compras (dias)			27

Fonte: Próprios autores.

Observa-se que 90% do pagamento são a prazo, isso porque todos os fornecedores escolhidos pela empresa têm como condição de pagamento boletos bancários, opção de preferência. Os 10% correspondem a algum imprevisto, onde a empresa dependerá de pagamento a vista para obter mercadorias de reposição, casos emergenciais.

5.2.4 Necessidade Média de Estoques

O quadro abaixo apresenta a necessidade média de reposição dos estoques da empresa.

Quadro 34 - Necessidade Média de Estoques

Necessidade Média de Estoques	Número de Dias	
	15	Dias

Fonte: Próprios autores.

5.2.5 Cálculo da Necessidade Líquida de Capital de Giro em Dias

O quadro a seguir apresenta a necessidade líquida de giro em dias do capital da empresa.

Quadro 35 - Necessidade Capital de Giro em Dias

Recursos da empresa fora de seu caixa	Número de Dias
Contas a Receber - prazo média de vendas	12
Estoques - necessidade média de estoques	15
Subtotal 1	27
Recursos de Terceiros no Caixa da Empresa	
Fornecedores - prazo médio de compras	27
Subtotal 2	27
Necessidade Líquida de capital - giro em dias	0

Fonte: Próprios autores.

5.2.6 Caixa Mínimo

O quadro abaixo apresenta a necessidade em reais do caixa mínimo da empresa.

Quadro 36 - Caixa Mínimo

Custo Fixo Mensal (5.11)	R\$	9.625,07
Custo variável Mensal (5.12) - Subtotal 2	R\$	539,15
Custo Total da Empresa	R\$	10.633,04
Custo Total Diário	R\$	354,43

Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	0
Caixa Mínimo	R\$ 322,14

Fonte: Próprios autores.

5.2.7 Capital de Giro

O quadro a seguir mostra o total de investimento em reais necessários de acordo com o estoque inicial e caixa mínimo.

Quadro 37 - Capital de Giro Total

Investimentos Financeiros	R\$
Estoque Inicial	R\$ 1.796,74
Caixa mínimo	R\$ 354,43
Total do capital de giro	R\$ 2.151,17

Fonte: Próprios autores.

5.3 Investimentos Pré-Operacionais

O quadro a seguir apresenta os custos que a empresa terá em investimentos pré-operacionais, todos os itens necessários para sua abertura.

Quadro 38 - Investimentos Pré-operacionais

Item		Valor	
Despesas de legalização	Abertura de Firma	R\$ 600,00	
	Bombeiro	R\$ 37,00	
	Vigilância Sanitária	R\$ 200,00	
	Alvará de Funcionamento	R\$ 19,39	
	Junta Comercial	DARE	R\$ 129,36
		DARF	R\$ 21,00
		JUCESP	R\$ 117,00
Outras Despesas	Divulgação	R\$ 1.740,00	
Total		R\$ 2.863,75	

Fonte: Próprios autores.

5.4 Investimento Total

No quadro abaixo observa-se o investimento total necessário para abertura do empreendimento.

Quadro 39 - Investimento Total do Empreendimento

Item	Descrição do Investimento	Valor	%
5.1	Investimento (fixo)	R\$ 76.939,81	94%
5.2	Capital de Giro	R\$ 2.151,17	3%
5.3	Investimento pré operacional	R\$ 2.863,75	3%
Total de investimento		R\$ 81.954,73	100%

Fonte: Próprios autores.

5.5 Estimativa de Faturamento Mensal dos Serviços Prestados

O quadro a seguir apresenta a estimativa apurada do faturamento mensal referente a todos os serviços que a empresa prestará.

Quadro 40 - Faturamento Mensal dos Serviços Prestados

item	Descrição	Estimativa de Vendas	Preço de Venda (Un)	Faturamento
1	Banho Cachorro Pequeno Porte	8	R\$ 25,00	R\$ 200,00
2	Banho Cachorro Médio Porte	20	R\$ 35,00	R\$ 700,00
3	Banho Cachorro Grande Porte	8	R\$ 45,00	R\$ 360,00
4	Banho Cachorro Gigante	5	R\$ 60,00	R\$ 300,00
5	Tosa Cachorro Pequeno Porte	5	R\$ 45,00	R\$ 225,00
6	Tosa Cachorro Médio Porte	20	R\$ 65,00	R\$ 1.300,00
7	Tosa Cachorro Grande Porte	10	R\$ 75,00	R\$ 750,00
8	Tosa Cachorro Gigante	5	R\$ 90,00	R\$ 450,00
9	Tosa Higienica Cachorro Pequeno Porte	5	R\$ 35,00	R\$ 175,00
10	Tosa Higienica Cachorro Médio Porte	8	R\$ 55,00	R\$ 440,00
11	Tosa Higienica Cachorro Grande Porte	10	R\$ 65,00	R\$ 650,00
12	Tosa Higienica Cachorro Gigante	3	R\$ 80,00	R\$ 240,00
13	Banho Gato	3	R\$ 40,00	R\$ 120,00

item	Descrição	Estimativa de	Preço de Venda	Faturamento
14	Passeio com Cachorro Peq/Méd Porte	20	R\$ 30,00	R\$ 600,00
15	Passeio com Cachorro Grande Porte	10	R\$ 35,00	R\$ 350,00
16	Passeio com Cachorro Gigantes	5	R\$ 40,00	R\$ 200,00
17	Aplicação Medicação + Passeio Cachorro Pequeno/Médio	5	R\$ 40,00	R\$ 200,00
18	Aplicação Medicação + Passeio Cachorro Grande	9	R\$ 47,00	R\$ 423,00
19	Aplicação Medicação + Passeio Gigantes	5	R\$ 53,00	R\$ 265,00
20	Passeio + Cuidados Cachorros Pequeno/Médio Porte	15	R\$ 45,00	R\$ 675,00
21	Passeio + Cuidados Cachorros Grande Porte	10	R\$ 52,00	R\$ 520,00
22	Passeio + Cuidados Cachorro Gigantes	3	R\$ 58,00	R\$ 174,00
23	Medicação	15	R\$ 20,00	R\$ 300,00
24	Auxilio de Cuidados	13	R\$ 25,00	R\$ 325,00
Total		220	R\$ 1.160,00	R\$ 9.942,00

Fonte: Próprios autores.

5.6 Estimativa de Faturamento Mensal dos Produtos Vendidos

O quadro abaixo tem a mesma finalidade do anterior, porém este apresenta a estimativa do faturamento mensal referente as vendas de mercadorias no pet shop móvel.

Quadro 41 - Faturamento Mensal de Produtos Vendidos

item	Descrição	Estimativa de Vendas	Preço de Venda (Un)	Faturamento
1	Osso Kelko Keldog Dental Francês	20	R\$ 9,90	R\$ 198,00
2	Ossinho Nestlé Purina Duro de Roer Para Cães	20	R\$ 9,90	R\$ 198,00
3	Palito de Couro Petiscão - 500g	10	R\$ 18,90	R\$ 189,00
4	Petisco Nestlé Purina Doguita Bifinhos	20	R\$ 9,90	R\$ 198,00

item	Descrição	Estimativa de	Preço de Venda	Faturamento
5	Petisco Whiskas Temptations	10	R\$ 9,99	R\$ 99,90
6	Bilisko Gato - 45g	10	R\$ 5,90	R\$ 59,00
7	Vestido Pickrruchos fantasy onça	4	R\$ 69,90	R\$ 279,60
8	Agasalho Pickrruchos listrados	4	R\$ 59,90	R\$ 239,60
9	Coleira Furacão Pet de seda simples para cães	10	R\$ 7,90	R\$ 79,00
10	Coleira pawise com estampa de diamante para gatos	10	R\$ 49,90	R\$ 499,00
Total		118	R\$ 252,09	R\$ 2.039,10

Fonte: Próprios autores.

5.7 Estimativa de Custo de Comercialização

Observa-se a seguir o quadro 41, apresentando os impostos sob custos de comercialização referentes a uma simples nacional.

Quadro 42 - Custos de Comercialização

Impostos (Custos de Comercialização)				
	Descrição	%	Faturamento Estimado	Total do Imposto (R\$)
1	SIMPLES NACIONAL	4,50%	R\$ 11.981,10	R\$ 539,15
Total				R\$ 539,15

Fonte: Próprios autores.

5.8 Apuração dos Custos dos Serviços Prestados e Mercadoria Vendida

Todos os serviços prestados e mercadorias vendidas tem um custo de aquisição, com isso a empresa consegue identificar os gastos de cada item. O quadro abaixo apresenta a apuração dos custos incumbidos na prestação de cada serviço.

Quadro 43 - Apuração de Custo dos Serviços Prestados

Item	Produto Descrição	Estimativa de Vendas	Custo Unitário de Aquisição	Custo de Mercadoria Vendida
1	Banho Cachorro Pequeno Porte	8	R\$ 9,73	R\$ 77,82
2	Banho Cachorro Médio Porte	20	R\$ 12,51	R\$ 250,20
3	Banho Cachorro Grande Porte	8	R\$ 15,29	R\$ 122,34
4	Banho Cachorro Gigante	5	R\$ 18,07	R\$ 90,37
5	Tosa Cachorro Pequeno Porte	5	R\$ -	R\$ -
6	Tosa Cachorro Médio Porte	20	R\$ -	R\$ -
7	Tosa Cachorro Grande Porte	10	R\$ -	R\$ -
8	Tosa Cachorro Gigante	5	R\$ -	R\$ -
9	Tosa Higienica Cachorro Pequeno Porte	5	R\$ -	R\$ -
10	Tosa Higienica Cachorro Médio Porte	8	R\$ -	R\$ -
11	Tosa Higienica Cachorro Grande Porte	10	R\$ -	R\$ -
12	Tosa Higienica Cachorro Gigante	3	R\$ -	R\$ -
13	Banho Gato	3	R\$ 6,62	R\$ 19,86
14	Passeio com Cachorro Pequeno/Médio Porte	20	R\$ -	R\$ -
15	Passeio com Cachorro Grande Porte	10	R\$ -	R\$ -
16	Passeio com Cachorro Gigantes	5	R\$ -	R\$ -
17	Aplicação Medicação + Passeio Cachorro Pequeno/Médio	5	R\$ -	R\$ -
18	Aplicação Medicação + Passeio Cachorro Grande	9	R\$ -	R\$ -
19	Aplicação Medicação + Passeio Gigantes	5	R\$ -	R\$ -
20	Passeio + Cuidados Cachorros Pequeno/Médio Porte	15	R\$ -	R\$ -
21	Passeio + Cuidados Cachorros Grande Porte	10	R\$ -	R\$ -
22	Passeio + Cuidados Cachorro Gigantes	3	R\$ -	R\$ -
23	Medicação	15	R\$ -	R\$ -
24	Auxilio de Cuidados	13	R\$ -	R\$ -
Total		220	R\$ 62,22	R\$ 560,58

Fonte: Próprios autores.

Todos os serviços sem apuração de custo sob os serviços prestados, não possuem custos variáveis, contendo apenas margem de custos fixos, como depreciação das máquinas utilizadas, combustível e mão de obra.

O quadro a seguir apresenta os custos de mercadoria vendida (CMV).

Quadro 44 - Apuração dos Custos de Mercadoria Vendida

Item	Produto Descrição	Estimativa de Vendas	Custo Unitário de Aquisição	Custo de Mercadoria Vendida
1	Osso Kelko Keldog Dental Francês	20	R\$ 4,90	R\$ 98,00
2	Ossinho Nestlé Purina Duro de Roer Para Cães	20	R\$ 4,90	R\$ 98,00
3	Palito de Couro Petiscão - 500g	10	R\$ 10,15	R\$ 101,50
4	Petisco Nestlé Purina Doguita Bifinhos	20	R\$ 4,90	R\$ 98,00
5	Petisco Whiskas Temptations	10	R\$ 5,20	R\$ 52,00
6	Bilisko Gato - 45g	10	R\$ 2,99	R\$ 29,90
7	Vestido Pickrruchos fantasy onça	4	R\$ 36,90	R\$ 147,60
8	Agasalho Pickrruchos listrados	4	R\$ 25,90	R\$ 103,60
9	Coleira Furacão Pet de seda simples para cães	10	R\$ 4,90	R\$ 49,00
10	Coleira pawise com estampa de diamante para gatos	10	R\$ 29,90	R\$ 299,00
Total		118	R\$ 130,64	R\$ 1.076,60

Fonte: Próprios autores.

5.9 Mão de Obra

5.9.1 Custo de Mão de Obra Mensal

Observa-se abaixo o quadro com a apuração de todos os gastos incumbidos na mão de obra mensal da empresa.

Quadro 45 - Custos de Mão de Obra Mensal

Cargo do Funcionário	Salário	FGTS	Aviso Prévio	13 °	Férias	1/3 de Férias	FGTS sem Verbas Rescisórias	INSS
Baba de animais	R\$ 1.200,00	R\$ 96,00	R\$ 27,24	R\$ 99,96	R\$ 33,36	R\$ 22,20	R\$ 62,04	R\$ 96,00
Tosador / Banhista	R\$ 1.500,00	R\$ 120,00	R\$ 34,05	R\$ 124,95	R\$ 41,70	R\$ 27,75	R\$ 77,55	R\$ 135,00
Motorista / Auxiliar	R\$ 1.200,00	R\$ 96,00	R\$ 27,24	R\$ 99,96	R\$ 33,36	R\$ 22,20	R\$ 62,04	R\$ 96,00
Total	R\$ 6.300,00	R\$ 504,00	R\$ 143,01	R\$ 524,79	R\$ 175,14	R\$ 116,55	R\$ 325,71	R\$ 591,00
Total do Custo de Mão de Obra Mensal			R\$ 5.334,60					

Fonte: Próprios autores.

5.9.2 Estimativa do Custo de Depreciação

O quadro abaixo apresenta uma estimativa do custo de depreciação das máquinas, equipamentos e móveis da empresa.

Quadro 46 - Depreciação do Maquinário

Depreciação do Maquinário				
Descrição do Ativo	Valor do Ativo	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 35.839,75	10	R\$ 3.583,98	R\$ 298,66
Móveis	R\$ 8.200,06	10	R\$ 820,01	R\$ 68,33
Veículos	R\$ 32.900,00	5	R\$ 6.580,00	R\$ 548,33
Total de Depreciação	R\$ 76.939,81		R\$ 10.983,98	R\$ 915,33

Fonte: Próprios autores.

5.9.3 Estimativa do Custo Fixo Operacional Mensal

A seguir apresenta-se o quadro de relação dos custos fixos operacionais da empresa, ou seja, todos os custos mensais para movimentar a organização.

Quadro 47 - Despesas Fixas Operacionais

Despesas Fixas Operacionais	
Conta	Valor
Aluguel	R\$ 600,00
Água	R\$ 200,00
Energia Elétrica	R\$ 400,00
Telefone/internet	R\$ 230,00
Honorários do Contador	R\$ 230,00
Pro- labore	R\$ 1.500,00
Salários + encargos	R\$ 4.688,07
Material de Limpeza	R\$ 80,00
Material de Escritório	R\$ 50,00
DARF/DARE	R\$ 130,00
Propaganda	R\$ 450,00
Manutenção	R\$ 200,00
Combustível	R\$ 500,00
Depreciação	R\$ 915,33
Total	R\$ 10.173,40

Fonte: Próprios autores.

5.10 Demonstrativo do Resultado de Exercício

Apresenta-se abaixo o demonstrativo do resultado de exercício (DRE) mensal da empresa.

Quadro 48 – Demonstração do Resultado

Item	Descrição da Conta	Valor
5.5	Receita Total	R\$ 11.981,10

Item	Descrição da Conta	Valor
	Receita com serviços	R\$ 9.942,00
	Receita de Vendas	R\$ 2.039,10
5.6	Imposto e gastos de Vendas	R\$ 539,15
	Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 539,15
5.8	Custo de Serviços Prestados	R\$ 560,58
	Custo de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 1.076,60
	Despesas Operacionais	R\$ 9.804,77
5.11	Despesas Fixas Totais	R\$ 10.173,40
	Resultado do Exercício	- R\$ 368,63

Fonte: Próprios autores.

5.11 Indicadores de Viabilidade

De acordo com a demonstração de resultado negativa o investimento prova-se inviável, ou seja, os indicadores de viabilidade como ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade, prazo de retorno do investimento, não obtém representatividade para o plano financeiro, pois o plano é inviável.

5.12 Projeção de Crescimento Futuro

A projeção de crescimento futuro auxilia a empresa a analisar o seu curso financeiro ao longo dos anos. Dessa maneira é possível realizar análises comparativas. O quadro abaixo é um representativo do crescimento futuro da empresa.

Quadro 49 - Projeção de Crescimento Futuro

Descrição da Conta	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
		8%	10%	12%	14%
Receita Total	R\$ 143.773,20	R\$ 155.275,06	R\$ 158.150,52	R\$ 161.025,98	R\$163.901,45
Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 6.469,79	R\$ 6.987,38	R\$ 7.116,77	R\$ 7.246,17	R\$ 7.375,57
Custo de Mercadoria Vendida e Serviços Prestados	R\$ 19.646,18	R\$ 21.217,88	R\$ 21.610,80	R\$ 22.003,73	R\$ 22.396,65
Despesas Fixas Totais	R\$ 122.080,80	R\$ 122.080,80	R\$ 122.080,80	R\$ 122.080,80	R\$122.080,80
Resultado do Exercício	- R\$ 4.423,58	R\$ 4.989,00	R\$ 7.342,14	R\$ 9.695,29	R\$ 12.048,43

Fonte: Próprios autores.

A perspectiva ao longo de cinco anos é um crescimento progressivo de 2% ao ano, no fim do quinto ano um acúmulo de 14%. No entanto ao analisar o valor total do investimento, os resultados dos exercícios nos respectivos anos em comparativa com o valor presente líquido (VPL), o tesouro nacional e o acúmulo de apenas 14% ao passar de cinco anos, o empreendimento ainda apresenta inviabilidade, como demonstra a tabela abaixo.

Quadro 50 - Análise Comparativa

Investimento	-R\$ 81.957,79
Ano 1	- R\$ 4.423,58
Ano 2	R\$ 4.989,00
Ano 3	R\$ 7.342,14
Ano 4	R\$ 9.695,29
Ano 5	R\$ 12.048,43
Taxa	11%
TIR	-21%
VPL	-R\$ 62.988,56

Fonte: Próprios autores.

O VPL apresenta-se em negativo R\$ 62.988,56 um valor alto, provando que o investimento presente é inviável. Além disso, apenas no quarto e quinto ano a empresa terá crescimento de 12% e 14%, respectivamente, enquanto a taxa básica do tesouro nacional é de 11% a.a, ou seja, somente após quatro

anos a empresa começará a obter retorno equivalente ao tesouro nacional, considerando a perda de valor da moeda.

6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

A construção de cenários são as possibilidades financeiras do negócio, sendo eles o cenário provável, aquele em que foi baseado todo o plano de negócio, ou seja, o cenário com maior índice de realidade. O cenário pessimista e otimista, aqueles com índices diferentes em relação a realidade prevista, sendo eles calculados com a margem de 50% a menos em prestação de serviços e venda dos produtos, no cenário pessimista e, 50% a mais no cenário otimista, perante o cenário provável.

DEMONSTRATIVO		CENÁRIO PROVAVEL	CENÁRIO PESSIMISTA	CENÁRIO OTIMISTA
Item	Descrição da Conta	Valor	Valor	Valor
5.5	Receita Total	R\$ 11.981,10	R\$ 5.990,55	R\$ 17.971,65
	Receita com vendas	R\$ 2.039,10	R\$ 1.019,55	R\$ 3.058,65
	Receita com serviços	R\$ 9.942,00	R\$ 4.971,00	R\$ 14.913,00
	Imposto e gastos de Vendas	R\$ 539,15	R\$ 269,57	R\$ 808,72
5.8	Custo de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 1.076,60	R\$ 538,30	R\$ 1.614,90
	Custo de Serviços Prestados	R\$ 560,58	R\$ 280,29	R\$ 840,87
5.11	Despesas Fixas Totais	R\$ 10.173,40	R\$ 10.173,40	R\$ 10.173,40
	Resultado do Exercício	-R\$ 368,63	-R\$ 5.271,02	R\$ 4.533,75

Fonte: Próprios autores.

7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A estratégia é uma ferramenta vital para empresas, independentemente do ramo de atuação. Essa ferramenta deve unir os princípios da empresa: quem ela é, onde quer chegar, quais seus objetivos e metas, quem são seus clientes, seus concorrentes, fornecedores, qual a postura almejada para colaboradores.

Após definir bem todos os princípios é necessário captar os recursos da empresa, perceber e explorar as condições que o mercado oferece e traçar um plano para alcançar os objetivos a longo prazo da empresa. Para que isso ocorra é preciso que todos os colaboradores estejam cientes e operem em prol do plano estratégico, pois uma organização é resultado de todo o trabalho de uma equipe.

Para Dornelas (2008), a análise estratégica deve incluir racionalidade e subjetividade, mostrando de maneira simples, a posição atual do negócio e quais os caminhos para atingir objetivos e metas estipulados.

Hiit, Ireland e Hoskissin descrevem a importância da administração estratégica (2008, p. 6) “o processo de administração estratégica é um conjunto completo de compromissos, decisões e ações necessárias para que a empresa obtenha vantagem competitiva e retornos acima da média”.

Todos os autores concordam, mesmo que em diferentes colocações, que a estratégia move a organização na direção do sucesso almejado.

A seguir apresenta-se os planos estratégicos estabelecidos para a empresa Pet Mix, utilizando três ferramentas de análises: matriz SWOT no inglês ou FOFA no português (Brasil); cinco forças de Porter e estratégia genérica.

7.1 Matriz SWOT ou FOFA

Essa avaliação estratégica avalia o ambiente interno e externo que tem influência sob a empresa. Consiste em apontar pontos fortes e fracos da empresa (ambiente interno), além de analisar as oportunidades e ameaças mercadológicas (ambiente externo).

	Forças	Fraquezas
Ambiente Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilidade e comodidade, o empreendimento vai até o consumidor; • Preço, seguindo a mesma linha da concorrência apesar da mobilidade; • Inovação em três faces: empreendimento novo; oferta de banho para gatos; prestação de serviços <i>pet home care</i> em modo empresarial, cadastro CNPJ, remetendo maior segurança e confiança; • Ótimo atendimento: qualidade, agilidade, segurança; • Confiança, pois os clientes acompanham o andamento dos serviços prestados; Funcionários altamente qualificados; • POP - processo operacional padronizado, gastos controlados evitando desperdícios; • Processo de avaliação da satisfação ao cliente; • Integralização e união de toda a equipe, ambiente harmônico; • Bom relacionamento interpessoal entre os envolvidos: gerência, funcionários, clientes, fornecedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Limitação de atendimento, capacidade máxima de seis clientes ao dia (pet shop móvel); • Falta de experiência do proprietário; • Falta de conhecimento do negócio.
	Oportunidades	Ameaças
Ambiente Externo	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de tempo das pessoas em levar seus animais ao pet shop físico; • Crescimento do mercado pet no Brasil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maior capacidade de atendimento das lojas físicas; • Grande quantidade de pets shops físicos em Presidente Prudente, principalmente os concorrentes diretos do pet shop móvel, aqueles localizados nos bairros com maior abrangência na pesquisa de mercado; • Concorrentes indiretos dos serviços <i>pet home care</i>, a preferência dos entrevistados em deixar seus pets com conhecidos ao viajar, e profissionais autônomos que efetuam esse tipo de serviço, atuando como possíveis

	<p>entraves ao negócio;</p> <ul style="list-style-type: none">• Variação do custo de combustíveis;• Crise econômica.
--	---

Fonte: próprios autores.

Segue abaixo as análises feitas no *ambiente interno*:

Forças: as forças da empresa são baseadas na mobilidade e inovação com qualidade do negócio, ou seja, seus diferenciais. A empresa direciona-se até o cliente para a realização dos serviços, remetendo praticidade no dia-a-dia de pessoas desprovidas de tempo para realizar tarefas diárias e higiênicas de seus animais de estimação.

Para reforçar essa imagem da empresa é necessário solidificar o marketing de divulgação, mostrando a qualidade em serviços que a empresa levará até seus consumidores, preocupando-se em avaliar a satisfação dos clientes, para que assim haja melhorias e crescimento contínuo.

A empresa buscará manter a excelência em qualidade, para isso terá aliança com fornecedores que proporcionem produtos com os níveis equivalentes e contratação de colaboradores altamente competentes.

Além disso, é necessário que toda a equipe esteja ciente dos problemas, objetivos, metas e melhorias que a empresa visa, para isso haverá reuniões mensais, onde a opinião e ideias de todos serão válidas, pois, para manter o espírito de união e harmonia todos precisam sentir sua importância ao negócio, e apontar as perspectivas de acordo com cada cargo, ou seja, diferenciam-se e são valiosas. Essas reuniões serão realizadas em horário de expediente, tendo início as 08:00 horas e término as 09:00 horas sem atrasos.

Além das reuniões mensais, fica a cargo proprietário (gerente) pesquisar e analisar palestras gratuitas para a equipe. As palestras deverão conter materiais relacionados a motivação pessoal, profissional, inteligência emocional, dessa forma contribuindo para o crescimento positivo dos colaboradores na empresa. Os horários para as palestras serão flexíveis, pois dependerá da agenda dos palestrantes. Serão realizadas a cada três meses.

Dessa forma a empresa conseguirá manter o padrão de qualidade, com funcionários competentes, capacitados, comprometidos, motivados, escolha de produtos de alta qualidade e; crescer no mercado usufruindo de divulgação correta e conquista de clientes.

Fraquezas: as fraquezas detectadas estão relacionadas ao limite de atendimento, e falta de experiência do proprietário em gerenciar um negócio dessa magnitude. O pet shop móvel tem um limite de seis atendimentos por dia, isso ocorre pelo fator tempo de expediente *versus* tempo de atendimento *versus* trânsito local.

Cada atendimento tem em média uma hora e meia para ser concluído, isso se os serviços a serem prestados for de banho e tosa, considerando essa informação e baseando-se no trânsito de Presidente Prudente foi calculado que o limite de atendimento da empresa dentro do expediente é de seis clientes. Esses dados são uma projeção para o que a empresa pode oferecer, sem fugir da realidade.

O Pet Mix pressa por agilidade com qualidade nos serviços, sendo assim os funcionários serão instruídos a seguir esse objetivo, dessa maneira é possível que a empresa consiga chegar a um patamar que eleve seu tempo limite. É importante também que o motorista trace rotas com trânsito que danifiquem menos o tempo já curto, por isso o funcionário contratado deverá conhecer bem a cidade.

A seguir tem-se as análises decorridas sobre o *ambiente externo*:

Oportunidades: as oportunidades perceptíveis no mercado foram a crescente falta de tempo das pessoas em realizar algumas tarefas

necessárias em seus dias, especificamente no caso, a falta de tempo de cuidados aos seus animais de estimação. Além disso, após realização de pesquisa foi destacado que o mercado pet tem crescido no país.

Juntando esses dados e obtendo a informação que em Presidente Prudente não existe nenhum pet shop móvel, percebeu-se uma lacuna mercadológica.

Ameaças: ameaças são possíveis entraves detectadas no mercado, que podem influenciar nocivamente o empreendimento. Tais fatos não podem ser diretamente controlados pela empresa, podendo ela apenas tentar minimizar os danos que possam ser causados.

As ameaças percebidas ao Pet Mix relacionadas as concorrências são flexíveis, pois tratam-se de conquistar clientes, e fazer com que esses permaneçam consumindo os serviços, o que está entrelaçado com a solidificação das forças da empresa, ou seja, realizando essa tarefa automaticamente auxilia na amenidade das ameaças perante a concorrência.

Quanto a variação de custo dos combustíveis é um entrave ao qual a empresa deve se ajustar, pois foge de seu nível de controle. Para isso é necessário que a gerencia esteja alerta quanto a essas mudanças, e controle bem os gastos gerais da organização.

Cries econômicas são grandes barreiras empresariais, por isso é importante que a empresa esteja ciente sobre o andamento econômico do país, mantendo-se informada, fortalecendo suas alianças com clientes, fornecedores, funcionários, para que em tempos difíceis possa resistir.

7.2 Cinco Forças de Porter

Em 1979 foi publicado em forma de artigo na Harvard Business Review o modelo “Cinco Forças de Porter” criado por Michael Porter. Consiste em

analisar as competições entre empresas, baseado em cinco fatores que indicam suas forças competitivas.

O modelo pode ser usado para toda e qualquer organização, independentemente de seu tamanho. Isto porque rege em uma lógica simples, o administrador deve obter uma visão abrangente do negócio com capacidade de compreensão da competitividade do ambiente externo, afim de identificar estratégias e ações futuras. As *cinco forças de Porter* são:

- I. Rivalidade entre concorrentes: dentre as forças é a que exerce maior ênfase, isso devido a importância em analisar e assimilar as forças das empresas que exercem atividade similar ou igual no mercado, auxiliando na luta de conquista do mesmo.
- II. Ameaças de novos entrantes: o conceito chave são as barreiras de entradas a novos entrantes, sendo elas basicamente entraves ao surgimento de novos concorrentes. Como principais barreiras tem-se a economia de escala (capacidade produtiva), dificuldade de acesso a canais de distribuição e o capital necessário para entrar no mercado.
- III. Poder de barganha dos clientes: é demonstrada pela força dos compradores ao negociar a compra de produtos ou serviços, principalmente referente ao preço e qualidade do que é oferecido pela empresa. Permite que os consumidores forcem a diminuição de valores dos produtos ou serviços, ou a demanda dos mesmos no mercado. É um poder relacionado a decisão e aceitação dos clientes quanto ao que a empresa oferece.
- IV. Poder de barganha dos fornecedores: refere-se a força que os fornecedores podem exercer sob a empresa. Os fornecedores exercem desse poder ao ameaçar aumentar preços, ou diminuir a qualidade do produto. Sendo assim, está relacionado ao quanto a empresa depende do fornecedor, pois se tratar-se de monopólio,

ou dependência única de um fornecedor, a empresa fica à mercê das decisões desse fornecedor.

- v. Ameaça de produtos substitutos: desempenham mesma função dos produtos ou serviços oferecidos, mesmo que não exatamente igual, satisfaz as mesmas necessidades, ameaçando substituir os produtos ou serviços ofertados pela empresa.

O objetivo principal das *cinco forças de Porter* é proporcionar abrangência na análise dos maiores fatores que influenciam diretamente no funcionamento da empresa. Com isso a organização conseguirá estabelecer o melhor posicionamento do negócio diante o mercado que deseja inserir-se.

Segue abaixo a análise realizada para a empresa Pet Mix, de acordo com as *cinco forças de Porter*.

Força Competitiva		Influência
Determinação da Rivalidade	Quem são os concorrentes	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Pets Shops; ☒ Clínicas Veterinárias; ☒ Profissionais autônomos.
	Competências e Tecnologias	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Banho nos próprios animais; ☒ Atendimento a domicílio; ☒ Boa Localização; ☒ Cuidado, dedicação e atenção aos animais; ☒ Sites e redes sociais; ☒ Comodidade do dono e do animal; ☒ Qualidade e confiança; ☒ Picapes ou vans; ☒ Hospedagem de animais.
	Histórico (Sucessos)	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Hospedagem especializada; ☒ Atendimento a domicílio; ☒ Boa localização; ☒ Comodidade.

Fonte: Próprios autores.

Barreiras de Novos Entrantes	Análise	☒ Não há novos entrantes.
------------------------------	---------	---------------------------

Fonte: Próprios autores.

Determinação do Poder de Barganha dos Clientes	Quem são os clientes	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Pessoas que tem cães; ☒ Pessoas que tem gatos; ☒ Pessoas com tempo limitado para dedicar-se ao banho do animal, ou até mesmo levar a uma loja física.
	Análise do Poder de barganha	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Há vários fornecedores do mesmo serviço, por isso os clientes têm a vantagem de exigências como preço, qualidade e agilidade; produtos substitutos. Além disso, os clientes ainda não tem tanto conhecimento do negócio, levando-os a desconfiança e a conceituar um baixo valor ao serviço da empresa.

Fonte: Próprios autores.

Determinação do Poder de Barganha do Fornecedor	Quem são os fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Pet Love; ☒ We Love Pets; ☒ Brilhante Laços; ☒ Rui Laços; ☒ Elevage Center; ☒ Castell Veículos; ☒ Casa do Trailer; ☒ Pajé Motos; ☒ Evolução Pet.
	Análise do Poder de barganha	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Há uma variedade considerável de fornecedores, como de produtos diferenciados e substitutos por fornecedor, incluindo também a disponibilidade de produtos, mantendo simultaneamente uma oferta constante que não permite faltar.

Fonte: Próprios autores.

Determinação de Produtos Substitutos	Quais são	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Banho pelos próprios donos; ☒ Deixar animais com parentes, amigos ou vizinhos; ☒ Hospedagem para animais de estimação; ☒ Empreendimentos bem localizados.
--------------------------------------	-----------	--

Fonte: Próprios autores.

Através dessa análise, é possível captar que o novo empreendimento está inserindo-se em um ambiente de competição acirrada. Há muitos concorrentes e alguns apresentam serviços de entrega similar, como por exemplo clínicas veterinárias que buscam pets em suas residências, porém realizam os serviços na própria clínica.

Esse fator está ligado a outra força em análise, produtos substitutos, ou seja, além da alta concorrência, esta ainda oferece serviços similares a diferenciação que o negócio traz ao mercado.

Além disso, existem outras possibilidades de substituição detectadas, como pessoas que dão banho em seus pets em casa, obtendo influencia no pet shop móvel também. Já outras substituições como, deixar pets com conhecidos ou em hotéis especializados, estão relacionadas aos serviços de *home pet care*. Todos captados na pesquisa de mercado, atuando como concorrência ao negócio.

Isso mostra que a empresa deverá focar-se em combater esses competidores, para ganhar espaço no mercado. Para isso é necessário obter visibilidade, e traçar motivações que façam os clientes optar por usufruir os serviços que a empresa oferece.

Por conta do grande nível de competição, os consumidores têm alto poder de barganha sob as prestações de serviços que a empresa oferece. Dessa forma os clientes podem exigir qualidade e bom preço, de acordo com o

que a concorrência esteja oferecendo, ou seja, os compradores demandam a logística do negócio.

Entretanto os fornecedores possuem baixo poder de barganha. Apesar da indústria Pet Love mostrar maior equivalência ao que a empresa procura em produtos de acordo com a análise dos fornecedores, não há monopolização. Sendo assim, pode-se realizar reavaliações no estudo dos fornecedores afim de não sofrer perdas nas negociações.

7.3 Estratégia Genérica de Competição Michael Porter

As estratégias genéricas são baseadas em três tipos: liderança em custo; diferenciação e; foco. As empresas devem decidir em qual ser excelente, e manter-se suficiente nos outros dois tipos. O tipo de estratégia escolhido condicionará a estrutura, clima e a cultura organizacional.

Liderança em custo visa liderança em custo total, focando-se em estratégias a obter vantagem em custos baixos, ou seja, o baixo custo em relação aos concorrentes torna-se o ponto forte.

A estratégia de diferenciação busca vantagem na unicidade observada pelo cliente. A empresa pode diferenciar-se de seus competidores pelos seus produtos ou serviços, ou a maneira como faz para entrega-los.

O foco como estratégia está relacionado a focar-se em determinado grupo consumidor, em segmento de linha de produtos ou mercado geográfico. Trata-se de um conceito diretamente ligado a demanda relacionada ao mercado.

Abaixo apresenta-se a análise feita para a empresa Pet Mix de acordo com o modelo de estratégias genéricas.

Definição de Estratégia	
Estratégia de Diferenciação	<ul style="list-style-type: none"> • Imagem de marca; • Trailer; • Distribuição; • Serviços.
Estratégia de Foco	<ul style="list-style-type: none"> • Cães; • Gatos; • Atuação na região urbana de Presidente Prudente.
Estratégia de Custo	<ul style="list-style-type: none"> • Poucos produtos.

Fonte: Próprios autores.

CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA EM FUNÇÃO DA ESTRATÉGIA

Excelência Operacional	
Operação Padronizada	<ul style="list-style-type: none"> • P.O.P.
Pedidos Perfeitos	<ul style="list-style-type: none"> • Obtenção dos dados do cliente, como nome, endereço, telefone, características e comportamento do animal, entre outros. Para que assim não haja dúvidas para ambos.
Poucos Produtos Centralização	<ul style="list-style-type: none"> • O Pet Mix contará com os serviços de banho e tosa, e o pet home care, como também vendas de produtos, sendo que nenhum terá sua devida centralização. A não ser pelo fato de que a prestação de serviços é o nosso foco.
Conformidade as Normas	<ul style="list-style-type: none"> • Será seguido as normas da vigilância sanitária, bombeiro, entre outros. Para que seja concretizada a ética da empresa, e a colaboração com o meio ambiente, e a sociedade.
Confiabilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Os serviços deverão ser executados com excelência, qualidade, agilidade, e cuidados com o pet, para que possa transmitir segurança e confiança para o cliente e o seu pet.
Zero Problemas com Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Execução do "POP" e pedidos perfeitos para que não haja erros, correndo o risco de gerar transtornos ao cliente.
Combate as Perdas	<ul style="list-style-type: none"> • Será controlado minuciosamente o

Excelência Operacional	
	uso dos produtos para banho, e nos cuidados do pet home care.
Transações Rápidas	<ul style="list-style-type: none"> Os funcionários terão as informações de cada pedido enquanto estiverem realizando um outro atendimento, podendo assim, se direcionar ao próximo local diretamente de onde estão.

Fonte: Próprios autores.

PLANO DE AÇÃO DAS ESTRATÉGIAS GENÉRICAS

Concorrentes	<ul style="list-style-type: none"> Atendimento a domicílio com serviço na casa dos próprios clientes, podendo eles assistir todo o andamento, gerando confiança; Whats app, facebook, google, site próprio; Cuidado com os animais em seu habitat (casa), não gerando stress, nervosismo e desconforto nos mesmos.
Produtos Substitutos	<ul style="list-style-type: none"> Empenhar-se na qualidade da prestação de serviços, para que nossos clientes sintam confiança, e dessa maneira transmitam a outras pessoas, atraindo pessoas que utilizam dos serviços alternativos.
Poder de Barganha dos Fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> Manter um bom relacionamento com os fornecedores para que seja possível a entrega fora do prazo normalmente estabelecido; Em casos extremos, recorrer ao mercado local.
Poder de Barganha dos Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Manter sempre atualizados os preços dos produtos com cada fornecedor, conseguindo que as compras sejam de baixo custo e os clientes recebam os serviços com um preço mais acessível; Divulgação constante através de marketing boca a boca, panfletos, concursos, e facebook; Manter qualidade e eficiência dos

	serviços, e um bom relacionamento com os stakeholders.
Barreiras a Novos Entrantes	<ul style="list-style-type: none">• Atualização de métodos dos serviços;• Programa de fidelização dos clientes;• Constante aperfeiçoamento dos profissionais;• Investimento em equipamentos de melhor desempenho e qualidade.

Fonte: Próprios autores.

8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Após a conclusão de todas as etapas deste projeto, fica nítido a originalidade do negócio. Apesar de existir muitos pets shops em Presidente Prudente, e alguns oferecerem serviços similares aos serviços do Pet Mix, não há na cidade nada igual ao que a empresa oferece.

Além disso, a população mostrou-se interessada, como comprovado na pesquisa de mercado, 83,1% e 75% contratariam os serviços de um pet shop e *home pet care* respectivamente. Esses dados mostram que mesmo o mercado consumidor não sendo familiarizado com a tipicidade dos serviços oferecidos, a aceitação é alta.

Todavia, através das análises financeiras o plano de negócio provou-se inviável. O investimento total para o negócio é de R\$ 81.957,79, a margem de lucro mensal mostra-se em R\$ 179,70 sendo de apenas R\$ 2.156,43 ao ano. Nesse ritmo a empresa levaria 38 anos para alcançar o retorno financeiro investido, e somente após esse período começaria a lucrar realmente com o empreendimento.

Na busca de alternativas com maiores positivities para a empresa, foi realizada uma projeção de crescimento futuro, baseada em uma projeção de lucro para cinco anos seguintes do negócio, comparado ao valor presente líquido e o tesouro nacional, que se encontra em 11% a.a.

Constou-se que apenas após quatro anos a empresa dará retorno de 12% a.a, ou seja, somente após quatro anos a empresa começará a obter retorno equivalente ao tesouro nacional, considerando a perda de valor da moeda. Ainda mais, o valor presente líquido ficou em negativo R\$ 40.338,31. Dadas as informações, mesmo a projeção de crescimento futuro não foi capaz de apresentar viabilidade ao negócio.

Através das construções dos cenários para o empreendimento, obteve-se positividade perante a construção otimista. No entanto, esse cenário baseia-se na capacidade total da empresa, sendo 50% acima do cenário previsto na análise financeira. Dessa maneira, os resultados obtidos no cenário otimista é uma perspectiva alta, onde a empresa trabalha em seu limite e alcança altos níveis de vendas, ou seja, foge da naturalidade seguida no projeto.

Mediante todas as variáveis levantadas ao longo do plano de negócio produzido, chegou-se à conclusão da inviabilidade da abertura do empreendimento na cidade supracitada. Todavia, há possibilidade de apresentar viabilidade caso os preços dos serviços fossem mais elevados, porém a equipe optou por equiparar os valores a concorrência, ou seja, há probabilidade de melhoria na gestão financeira do projeto.

REFERÊNCIAS

PORTAL BRASIL DA EDUCAÇÃO. **Domesticação dos animais**. Disponível em: <https://www.portalbrasil.net/educacao_seresevivos_domesticacao.htm> Acesso em: 20 de março de 2017.

EXAME. **Estudo CVA Solutions**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/como-o-brasileiro-cuida-e-quanto-gasta-com-seus-pets/>> Publicado em: 12 de abril de 2016. Acesso em: 20 de março de 2017

PET SOUTH AMERICA. **Feira Internacional Pet**. Disponível em: <<http://www.petsa.com.br/pt/perfil-do-evento>> Acesso em: 20 de março de 2017.

G1 GLOBO. **Vídeo sobre mercado pet e Pet South America**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/bom-dia-sp/videos/t/edicoes/v/feira-traz-novidades-do-mercado-de-pet-shops-na-capital/5277201/>> Acesso em: 17 de março de 2017.

ABINPET (Associação Brasileira da Indústria de Produtos Para Animais de Estimação). Disponível em: <<http://abinpet.org.br/site/setor-pet-chega-a-r-18-bilhoes-em-2015-mas-nao-sem-os-efeitos-da-crise/>> Acesso em: 20 de março de 2017.

PET BRASIL. **Faturamento Pet no Brasil**. Disponível em: <<http://www.petbrasil.org.br/mercado-brasileiro>>. Publicado em: 2015. Acesso em: 18 de março de 2017.

ESTADÃO. **Mercado pet resiste à crise**. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/blogs/sua-oportunidade/mercado-pet-resiste-e-mostra-ser-opcao-para-empreender/>>. Publicado em: 17 de abril de 2016. Acesso em: 15 de março de 2017.

FRANQUIA MÓVEL. **Tendências**. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2012/07/06/abrir-pet-shop-movel-custa-r-65-mil-veja-mais-negocios-sobre-rodas.htm>>. Publicado em: 06 de julho de 2012. Acesso em: 15 de março de 2017.

IBGE - **Dados de Presidente Prudente.** Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=354140>>. Publicado em: 2016. Acesso em: 18 de março de 2017.

PORTAL PRUDENTINO. **Pets habitantes em Presidente Prudente.** Disponível em: <<http://www.portalprudentino.com.br/noticia/noticias.php?id=30335&titulo=prudente-tem-2,5-mil-animais-de-estimacao-nas-ruas->>. Publicado em: 19 de outubro de 2012. Acesso em: 21 de março de 2017.

VETUS. **Negócios móveis tendências.** Disponível em: <<http://www.vetusweb.com.br/pet-shop-movel/>>. Publicado em: 02 de fevereiro de 2017. Acesso em: 08 de abril de 2017.

PORTAL DA ADMINISTRAÇÃO (tudo sobre administração). **Cinco forças de Porter: da análise a estratégia.** Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2015/05/as-cinco-forcas-de-porter.html>>. Publicado em: 05 de maio de 2015. Acesso em: 01 de novembro de 2017.

SEBRAE. **Empresa de Pequeno Porte.** Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/empresa-de-pequeno-porte-detalle8,8e5713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em: 01 de novembro de 2017.

SEBRAE. **Ramos de Negócios.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/ramos-de-atividades,8ef89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 01 de novembro de 2017.

MAXIMILIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores.** 2011. 2º edição. 105 p.

MAXIMILIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores.** 2011. 2º edição. 75 a 77 p.

HITT, Michael. IRELAND, Duane. HOSKISSON, Robert. **Administração estratégica: competitividade e globalização.** 2008. 2º edição. 6 p.

KOTLER, Philip. **Marketing em Ação**. Campus. 1 ed., 2002. 190 p.

SEBRAE. **Passo a passo para elaborar o plano de negócio de sua empresa**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/passo-a-passo-para-elaborar-o-plano-de-negocios-de-sua-empresa,d7296a2bd9ded410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Publicado em: 21 de setembro de 2016. Acesso em: 27 de novembro de 2017.

SEBRAE RJ (visão do empreendedor). **A importância da administração financeira da empresa**. Disponível em: <<http://www2.rj.sebrae.com.br/boletim/a-importancia-da-administracao-financeira-da-empresa/>>. Publicado em: 09 de fevereiro de 2009. Acesso em: 27 de novembro de 2017.

SIDÔNIO, Vanessa da Silva. MOREIRA, Heber Lavor. **A Importância do Plano Financeiro no Plano de Negócios**. 14 folhas. Trabalho da Disciplina Administração Financeira e Orçamentária Empresarial (Ciências Contábeis) – Universidade Federal do Pará/UFPA – Belém, 2007.

APÊNDICES

Questionário utilizado na pesquisa de mercado.

Instituto federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
Curso Técnico em Administração – Modalidade Conc/Subsequente
Quarto Semestre
Professores Marcos Tomé, Marcelo Roberto Zorzan e Fernanda
Neves.

Pesquisa de Mercado

Nosso projeto de TCC é um plano de negócio chamado Pet Mix. Trata-se de um pet shop móvel integralizado com *home pet care*. **Pet shop móvel**, nada mais é que um pet shop que vai até a sua casa realizar serviços de banho e tosa no seu animal de estimação. **Home pet care** é o serviço que cuida do seu animal de estimação a domicilio quando você está ausente por algum motivo.

- 1)** Qual a sua idade?
- 15 a 20 anos
 21 a 30 anos
 31 a 40 anos
 Acima de 40 anos
- 2)** Qual sua renda familiar?
- 1 a 2 salários
 3 a 4 salários
 5 a 6 Salários
 7 a 8 Salários
 9 a 10 Salários
 10 ou mais Salários
- 3)** Em que bairro mora?

- 4)** Você possui algum animal de estimação, pet?
 (Se a resposta for sim pule a questão 5 e prossiga o questionário)
- Sim
 Não
- 5)** Se a resposta for negativa, qual o motivo?
- Não gosto
 Não tem condições
 Não tenho, mas gostaria de ter
 Por motivos pessoais
- Obrigada pela participação!** ☺
- 6)** Se a resposta for positiva, Quais?
 (Pode assinalar mais de uma alternativa)
 (Se for outro animal diferente de cachorro e gato vá para a questão 21 e prossiga o questionário)
- Cachorro; Raça _____
 Gato;Raça _____
- Outros _____
- 7)** Quantos animais possui em sua residência?
- 1
 2
 3
 4
 Mais de 4
- 8)** Costuma levar seu animal ao banho e/ou banho e tosa?
 (Se a resposta for sim, pule a questão 9 e prossiga o questionário)
- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| Banho | Banho e tosa |
| <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Sim |
| <input type="checkbox"/> Não | <input type="checkbox"/> Não |
- 9)** Qual motivo?
 (Após responder esta questão vá para a questão 19 e prossiga o questionário)
- Para quem tem cachorro:
- Dou banho em casa
 Medo de maus tratos
 Cachorro bravo
 Outros motivos
- Para quem tem gato:
- Dou banho em casa
 Não tenho costume de dar banho
 Medo de maus tratos
 Outros motivos
- 10)** Se sim, quantas vezes ao mês leva para **banho**?
- 1 vez
 2 vezes
 3 vezes
 4 vezes
 Mais de 4 vezes

- () Nenhuma
- 11)** E quantas vezes leva ao **banho e tosa**?
- () 2 vezes ao mês
 () 1 vez ao mês
 () 1 vez a cada 2 meses
 () 1 vez a cada 3 meses
 () 1 vez a cada 4 meses
 () A cada 5 meses ou mais
 () Nenhuma
- 12)** Em qual Pet Shop costuma levar seu animal?
- () São Francisco
 () Pet Shop Morumbi
 () Espaço Pet
 () Hospital São Manoel
 () Planeta Animal
 () Kenkovet
 () Outros _____
- 13)** Quanto gasta normalmente com **banho**?
- () Até R\$25,00
 () Até R\$40,00
 () Até R\$55,00
 () Acima de R\$60,00
- 14)** E com **banho e tosa**?
- () Até R\$50,00
 () Até R\$65,00
 () Até R\$80,00
 () Até R\$95,00
 () Acima de R\$100,00
- 15)** O que leva em consideração na escolha do pet shop?
 (pode assinalar mais de uma alternativa)
- () Qualidade
 () Preço
 () Confiança
 () Outros _____
- 16)** Um pet shop móvel ajudaria na facilidade para levar seu animal de estimação ao banho e/ou banho e tosa?
 (Explicação no cabeçalho)
 Para quem tem cachorro
- () Sim
 () Não
- Para quem tem gato
- () Sim
 () Não
- 17)** Você contrataria os serviços de um pet shop móvel?
 (Se a resposta for sim, pule a questão 18 e prossiga o questionário)
- () Sim
 () Não
- 18)** De acordo com a questão anterior, se não, por quê?
- () Falta de conhecimento
 () Falta de informação
 () Falta de confiança
 () Falta de segurança
 () Outro motivo _____
- 19)** Costuma passear com seu animal?
- () sim
 () Não
 () As vezes
- 20)** Confiaria em outra pessoa para passear com seu animal?
- () Sim
 () Não
- 21)** Costuma viajar com qual frequência?
- () Toda semana
 () Uma vez ao mês
 () Uma vez no semestre
 () Uma vez ao ano
 () Não viaja
- 22)** Quando viaja onde seu animal fica?
- () Vai junto
 () Fica com vizinhos, parentes ou amigos
 () Hotéis especializados
 () Outros _____
- 23)** Contrataria serviços do pet home care?
 (Explicação do serviço no cabeçalho)
- () Sim
 () Não
- 24)** Se a resposta for sim, em quais condições?
 (Pode assinalar mais de uma alternativa)
- () Auxiliar nos cuidados
 () Quando for viajar
 () Outro motivo _____
- 25)** Se a resposta for não, qual motivo?
 (Pode assinalar mais de uma alternativa)
- () Não confio em estranhos na minha casa
 () Meu animal estranha outras pessoas
 () Não preciso
 () Outro motivo _____

Obrigada pela participação! ☺