



CENTRO PAULA SOUZA

ETEC "Prof.^a. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"
CURSO TÉCNICO DE ADMINISTRAÇÃO – 2MK

ANDRÉIA MARIA DE LIMA CABRERA
ELIETE DE SOUZA NUNES TROMBIN
LILIAM FERNANDA CAMPIONI FERREIRA
NATÁLIA CAROLINA MARTINS

PET SHOPMÓVELAUMIAU

Araraquara
2015

**ANDRÉIA MARIA DE LIMA CABRERA
ELIETE DE SOUZA NUNES TROMBIN
LILIAM FERNANDA CAMPIONI FERREIRA
NATÁLIA CAROLINA MARTINS**

PET SHOP MÓVEL AUMIAU

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado a ETEC "Prof.^a Anna de
Oliveira Ferraz", do Centro Estadual de
Educação Tecnológica Paula Souza,
como requisito para a obtenção do
diploma de Técnico de Nível Médio em
Administração sob a orientação do (a)
Professor João Carlos Missorinoe
Marcus Vinícius Rios coordenadores do
curso.**

Araraquara
2015

**ANDRÉIA MARIA DE LIMA CABRERA
ELIETE DE SOUZA NUNES TROMBIN
LILIAM FERNANDA CAMPIONI FERREIRA
NATÁLIA CAROLINA MARTINS**

PET SHOP MÓVEL AUMIAU

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec. Profa. Anna de Oliveira Ferraz
como exigência parcial para a obtenção do título de Técnico em Administração, sob
orientação dos professores João Carlos Missorino e Marcus Vinicius Rios.**

Aprovado em 24 de outubro de 2015

Banca Examinadora:

Prof. Orientador: João Carlos Missorino

Prof. Orientador: Marcus Vinicius Rios

Prof. Avaliador: Erivaldo da Silva Tobias

Dedicamos essa obra as nossas famílias pela fé e confiança demonstrada. Aos nossos maridos, e filho pelo apoio incondicional, por muitas vezes nos orientar e nos incentivar com palavras de carinho e nos dando animo para continuar

AGRADECIMENTOS

Queremos agradecer, em primeiro lugar, a Deus, pela força e coragem durante toda esta longa caminhada. De forma especial e carinhosa a todos os nossos familiares que nos deu força e coragem, apoios momentos de dificuldades e que sem conhecimento disto, mas iluminaram de maneira especial os nossos pensamentos e nos levaram a buscar mais conhecimentos.

Queremos agradecer às pessoas com quem convivemos nesses espaços longo do curso. A experiência de uma produção compartilhada na comunhão com amigos, foi uma excelente experiência de formação acadêmica.

E a todos aqueles que de alguma forma estiveram e estão próximos, fazendo esta vida valer cada vez mais a pena.

Queremos agradecer a todos os professores orientadores do curso que tiveram paciência e ajudaram bastante no desenvolvimento deste trabalho, durante muito tempo ensinaram o quanto estudar é bom.

Enfim a todos que de alguma forma tornaram este caminho mais fácil de ser percorrido.

Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível.

Charles Chaplin

Resumo

Este trabalho apresenta o projeto para a implantação de um Pet Shop disponibilizada dentro de uma van. Nossa empresa vai ter o nome de “AuMiau Pet Móvel”. Vamos oferecer serviços de banho e tosa consultas. Forneceremos para nossos clientes o que existe de mais moderno e avançado no mercado Pet, priorizando produtos que não agredem a saúde e o bem-estar dos bichinhos de estimação.

A empresa ficará localizada na cidade de Araraquara, nossos clientes potenciais estão distribuídos nos diversos bairros que a cidade possui. Porém, vamos manter nosso foco.

Nos bairros de classe média e classe alta da cidade. Pois estas classes mostram que não economizam na hora de oferecer bem-estar aos seus animais de estimação. Isto é facilmente verificado pelo aumento do número de Pet Shops em bairros tradicionais e também pelo surgimento de creches para cães e gatos, onde o dono pode até visualizar seu Pet através da internet. Além do mercado já disponibilizar tratamentos como escova de chocolate, cauterização, chapinha e o furo para os donos que querem ver seus cães na moda.

Por não ser um projeto pioneiro na cidade, este trabalho merece uma atenção especial, pois através do investimento em um projeto não pioneiro, poderá gerar novas oportunidades de trabalho onde poderá aparecer o interesse de empresas ligadas ao setor em investir neste serviço que vai ajudar a divulgar a ideia.

Abstract

This paper presents the design to the implementation of a Pet Shop available in a van. Our company will be named "AuMiau Pet Mobile." We will offer bath and grooming services queries. Provide for our clients the most modern and advanced in the Pet market, giving priority to products that do not harm the health and welfare of pet animals.

The company will be located in the city of Araraquara, our prospects are distributed in various neighborhoods that the city has. But let us keep our focus. In the middle-class and upper class neighborhoods of the city. For these classes show that they do not skimp when it comes to offering wellness to their pets. This is easily verified by the increase in the number Pet Shops in traditional neighborhoods and by the emergence of daycare for dogs and cats, where the owner can even view your pet over the internet. Besides the market already available treatments like chocolate brush, cauterization, flat iron and the hole for owners who want to see their dogs in fashion.

Not being a pioneer project in the city, this work deserves special attention because by investing in a no longer pioneering project may generate new job opportunities where you can show the interest of companies linked to the sector to invest in this service which will help to spread the idea.

Lista de figuras

Figura 1 Interior do veículo	13
Figura 2 Interior do veículo	13
Figura 3 Interior do veículo	13
Figura 4 Interior do veículo	13
Figura 5 Vam pet shop móvel.....	18
Figura 6 Divulgação na televisão	18
Figura 7 Divulgação em panfletos	19
Figura 8 Divulgação na internet.....	19
Figura 9 Atendimento em condomínio.....	21
Figura 10 Produtos com sustentabilidade	22
Figura 11 Banho a seco	23
Figura 12 Acessórios para cães	25
Figura 13 Roupas para cães	25
Figura 14 Roupas para cães	26
Figura 15 Remédios para cães	26
Figura 16 Remédios para cães	27
Figura 17 Brinquedos para cães	27
Figura 18 Brinquedos para gatos	27
Figura 19 Produtos para higiene	28
Figura 20 Biscoitos para cães	29
Figura 21 Chocolates para cães.....	29

Lista de Gráficos

Gráfico 1..... 04

Gráfico 2..... 04

Gráfico 3..... 05

Gráfico 4..... 05

Gráfico 5..... 05

Gráfico 6..... 06

Gráfico 7..... 06

Gráfico 8..... 07

Gráfico 9..... 07

Gráfico 10..... 08

Sumário

1 Empresa: Pet Shop Móvel	1
1.1. Missão:.....	1
1.2. Visão:	1
1.3. Valores:.....	1
2. OBJETIVOS	1
2.1. Objetivo Geral.....	1
2.2. Objetivo Específico	2
3.1.Método de coleta de dados	3
4. GRÁFICOS.....	4
4.1.Pesquisa e desenvolvimento.....	8
5. PLANO DE MARKETING.....	8
5.1. Diferenciais do Produto	8
5.2.Políticas de Preços	9
5.3.Estratégias de Distribuição	9
6. HISTÓRICO DA EMPRESA (HISTÓRIA)	9
7.COMO FOI IDENTIFICADA A OPORTUNIDADE PARA A CRIAÇÃO DO PRODUTO	10
8. ANÁLISE AMBIENTAL	10
8.1.Macro Ambiente	10
8.2.Aspectos Econômicos	10
8.3.Aspectos sócios culturais.....	11
9. ANÁLISE SWOT NA EMPRESA	11
9.1. Força	12
9.2.Fraquezas.....	12
9.3.Oportunidades	12
9.4.Ameaças.....	12
10. ESTRUTURA	12
10.1 ITENS QUE COMPÕE O PET SHOP MÓVEL	13
11. PLANEJAMENTO DE VENDAS	14
11.1. Potencial de mercado e potencial de vendas	14
11.3. Motivação dos vendedores	14
11.4.Plano de comunicação.....	15

11.5. Estratégias de Vendas.....	15
11.6. Projeções de Vendas	16
11.7. Serviços Pós-venda e Garantia.....	16
11.8. Definição das estratégias de comunicação	16
11.9. Promoção de vendas	16
12. MERCHANDISING	16
12.1. Visual Merchandising	17
12.2. Televisão	18
12.3. Divulgação em panfleto	18
12.4. Internet.....	19
12.5. Ações no PDV – Merchandising.....	19
13. Atendimento em condomínios.....	20
14. Pet shop sustentável	21
14.1 Ações sustentáveis.....	22
16.1 Coleiras.....	24
16.2 Roupas	25
16.3 Remédios para pets	26
16.4 Anticoncepcionais para cães e gatos	27
16.5 Brinquedos de pelúcia.....	27
16.6 Produtos para higiene pessoal dos animais.....	28
16.7 Biscoitos e rações.....	28
CONCLUSÃO	30
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32

1 Empresa: Pet Shop Móvel

1.1. Missão:

Atingir excelência em estrutura e serviços, além de conquistar e proporcionar a satisfação e fidelização dos donos de animais domésticos. Ser reconhecida como empresa amiga dos donos de animais de estimação, oferecendo serviços de qualidade sempre que for solicitado.

1.2. Visão:

Atingir a excelência no desenvolvimento pessoal e empresarial através de treinamentos e trocas de experiência entre os participantes do núcleo e os parceiros.

Proporcionar satisfação ao nosso cliente focando em um bom atendimento e constante atualização do setor. Tornar-se referência no segmento pet shop móvel em prestação de serviços, carinho e cuidados com animais domésticos.

1.3. Valores:

Cuidar de animais domésticos é mais do que a prestação de um serviço ao seu dono. É sentir satisfação em tê-los próximos e poder dar carinho e atenção. A transparência também é um dever para que o cliente conheça e confie na empresa com quem se relaciona. A busca de novos serviços para atender as necessidades dos clientes é rotina na vida dos sócios. Respeitar e prestar serviço à comunidade é um dos valores importantes na organização, mas sempre em linha com a realidade do negócio e com os objetivos.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo Geral

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de um projeto para a implantação de um Pet Shop móvel, com foco no atendimento de cães e gatos disponibilizada dentro de uma van.

Vamos oferecer serviços de banho, tosa, vacinas e consultas. Forneceremos para nossos clientes o que existe de mais moderno e avançado no mercado pet, priorizando produtos que não agredem a saúde e o bem-estar do bichinho de estimação.

O nosso diferencial é o fato de a empresa ir até o cliente, e possibilitar ao dono que acompanhe todo o procedimento a ser feito. Outro item importante é a segurança que vamos proporcionar ao bichinho de estimação, que não terá contato com outros animais, evitando assim, transmissões de doenças, pulgas e carrapatos.

2.2. Objetivo Específico

Proporcionar comodidade ao cliente e conforto ao animal de estimação, que estará próximo ao seu dono.

Fidelizar o cliente perante aos nossos serviços, oferecendo qualidade e confiabilidade e atender as necessidades de seus animais de estimação.

Oferecendo um serviço de qualidade, onde correspondendo às expectativas dos nossos clientes.

2.3. Justificativa

Nossa empresa será diferente no mercado e muito eficaz para nossa cidade, iremos atender animais domésticos como cães e gatos.

Um lugar diferenciado onde iremos cuidar de seu animal com segurança e muita dedicação para a melhor comodidade do cliente.

Um ambiente agradável onde seu animal de estimação será cuidado por pessoas especializadas no serviço que está prestando.

Nos especializamos em produtos sustentáveis e de maior qualidade para seu pet.

Nos dias de hoje, muitas vezes na correria do dia precisamos de pessoas que nos auxiliam nas tarefas, essa é nossa função para com seu animal de

estimação. Vamos até a residência dos nossos clientes, onde fornecemos o banho, a tosa e atendimento veterinário para seus animais de estimação.

Nossos produtos são os de melhor qualidade, e oferecemos tanto do banho e tosa como roupas, brinquedos, acessórios e remédios para seus animais de estimação. Nossos clientes recebem o que há de melhor em novidades e qualidade para seus animais de estimação.

O atendimento domiciliar proporciona que nossos clientes possam participar da hora do banho do seu animal de estimação.

Oferecemos o agendamento pelo telefone ou internet, os interessados recebem os nossos profissionais em suas residências. Há opção de pacotes de banhos e hidratação para seus animais de estimação.

A nossa finalidade é proporcionar o melhor tratamento para seu animal de estimação.

3. Configuração da população

A população da cidade de Araraquara e região são os possíveis consumidores do nosso produto ou serviço, que será lançado no primeiro semestre de 2015, onde daremos início da escolha do público alvo, para tanto darmos início ao nosso projeto de lançarmos no mercado nosso produto e serviço.

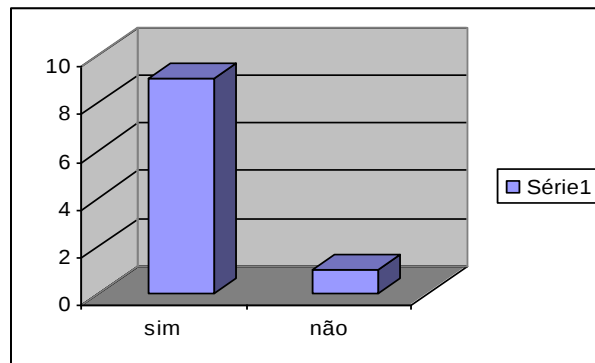
3.1.Método de coleta de dados

Foram utilizados para a realização deste lançamento dados primários e secundários, os dados secundários são fontes como: IBGE, livros, internet, etc., para captação das informações. Já os dados primeiros serão colhidos através de questionários que serão aplicados de forma aleatória nas dependências da escola, sendo usado como obtenção dos dados de forma mais rápida e eficaz.

4. GRÁFICOS

Foi realizado um teste de conceito com um questionário e gráfico, o qual nos deu base para saber a aceitação do serviço no mercado.

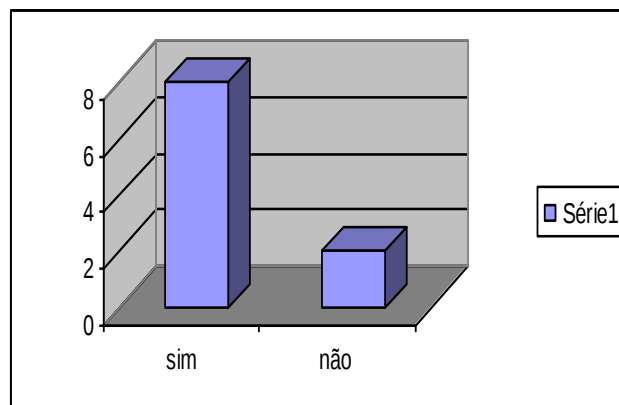
1) Você gostaria que um pet shop móvel fosse até a sua casa.



Fonte: Própria do grupo.

Análise: De acordo com o gráfico, podemos analisar que 80% dos entrevistados, aprovaram a implementação de um pet shop móvel. Somente 20% não aprovam abertura deste tipo de negócio.

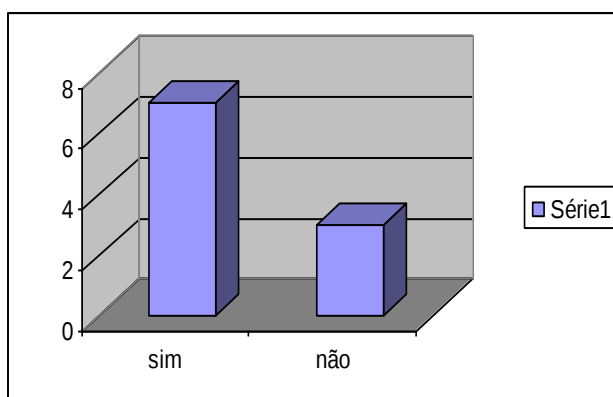
2) Você leva seu animal de estimação com frequência ao pet shop?



Fonte: Própria do grupo.

Análise: Este gráfico nos mostra, que 70% das pessoas entrevistadas tem o hábito de levar seu animal de estimação para o pet shop, o que conclui que haverá aceitação da nossa empresa na cidade. Somente 30% não possuem este tipo de hábito.

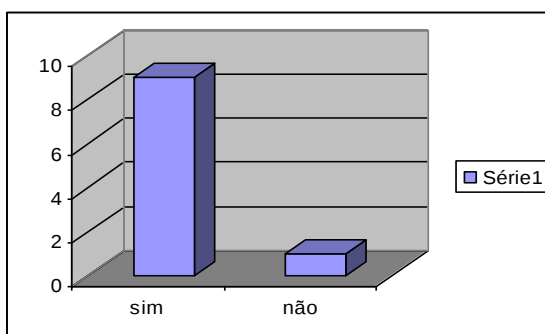
3) Você pagaria R\$ 30,00 por um banho e tosa higiênica para seu animal?



Fonte: Própria do grupo

Análise: Podemos afirmar que 70% das pessoas estão dispostas a desembolsar um valor significativo para cuidar de seu pet. Em contrapartida 30% não estão dispostos a pagar um valor significativo.

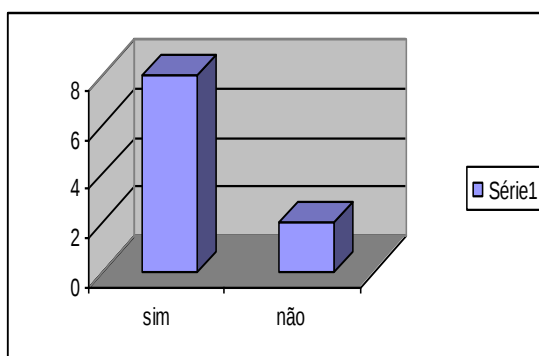
4) Você gostaria que um pet shop móvel fosse até a sua casa.



Fonte: Própria do grupo.

Análise: De acordo com o gráfico, podemos analisar que 80% dos entrevistados, aprovaram a implementação de um pet shop móvel. Somente 20% não aprovam abertura deste tipo de negócio.

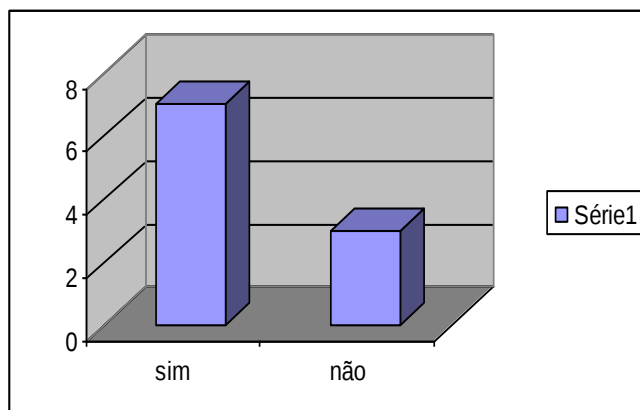
5) Você leva seu animal de estimação com frequência ao pet shop?



Fonte: Própria do grupo.

Análise: Este gráfico nos mostra, que 70% das pessoas entrevistadas tem o hábito de levar seu animal de estimação para o pet shop, o que conclui que haverá aceitação da nossa empresa na cidade. Somente 30% não possuem este tipo de hábito.

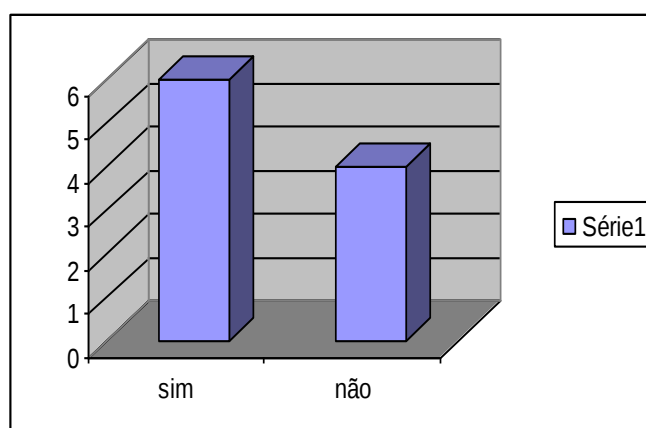
6) Você compra acessório e brinquedos para seu animal?



Fonte: Própria do grupo

Análise: 70% tem o costume de comprar acessórios e brinquedos para o seu pet. 30% dos entrevistados não possuem este tipo de hábito.

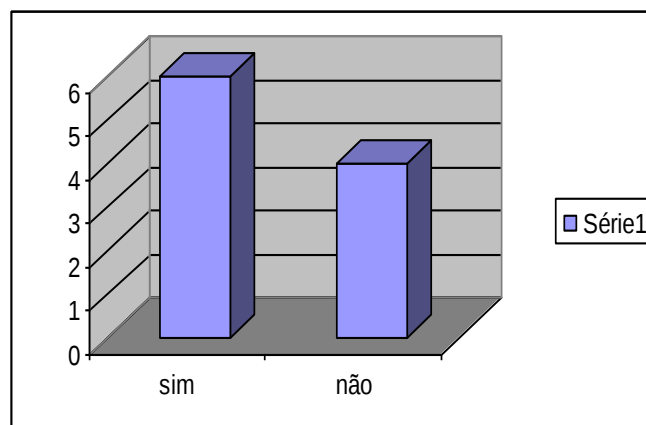
7) Você faria um plano, pacote mensal para seu animal de estimação?



Fonte: Própria do grupo

Análise: A maior parte dos entrevistados (60%) acha conveniente fazer um plano/pacote para seu animal de estimação. Somente 40% não acha conveniente.

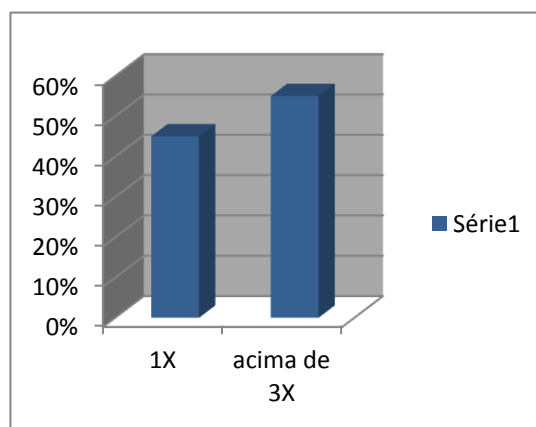
8) Você faria um plano, pacote mensal para seu animal de estimação?



Fonte: Própria do grupo

Análise: A maior parte dos entrevistados (60%) acha conveniente fazer um plano/pacote para seu animal de estimação. Somente 40% não acha conveniente.

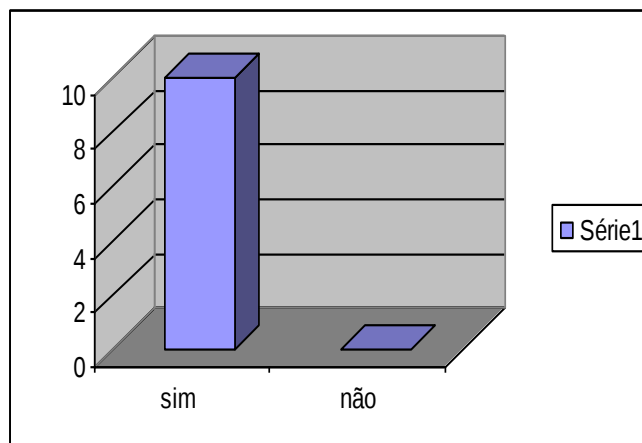
9) Quantas vezes por mês você costuma levar seu animal para tomar banho e fazer tosa?



Fonte: Própria do grupo

Análise: 20% responderam que levam seu pet 1x por mês para dar banho/tosa no pet shop, 50% responderam que levam 2 vezes ao mês e 30% levam acima de 3x ao mês. Isso mostra que as pessoas estão se importando com a saúde e bem-estar de seu animal de estimação, o que demonstra que haverá público para o nosso empreendimento.

10) Você gostaria de ganhar bonificações ao frequentar o pet móvel?
Descontos, acessórios ou acumulação de pontos?



Fonte: Própria do grupo

Análise: O gráfico mostra que será atrativo para os clientes a elaboração de bonificações ou descontos ao utilizar os nossos serviços.

Dos entrevistados, 100% responderam que gostariam de receber algum tipo de bonificação ao frequentar o pet móvel.

4.1. Pesquisa e desenvolvimento

O mercado Pet cresce muito a cada ano. Várias pessoas possuem em casa um ou mais animal de estimação, o que acaba elevando a procura por este tipo de serviço. E o fato das pessoas não terem tempo devido à rotina de trabalho o serviço na casa do cliente facilita o atendimento e proporciona bem-estar, qualidade e satisfação aos clientes.

5. PLANO DE MARKETING

Significa satisfazer as necessidades e os desejos dos clientes, o dever de qualquer negócio e fornecer o valor ao cliente mediante lucro. Com uma economia extremamente competitiva e diferenciada. O objetivo é criar uma marca de identidade e estilo de vida no mercado Pet, para pessoas que moram longe ou que não tem tempo para levar seu animal de estimação a um Pet Shop longe de sua residência.

5.1. Diferenciais do Produto

O nosso diferencial é possuímos uma van móvel que vai onde o cliente está. Proporcionando maior comodidade e satisfação ao cliente. Deixando seu animal de estimação à vontade e perto de seu dono.

5.2.Políticas de Preços

A empresa trabalha com uma tabela de valores para cada tipo de serviço, bem como uma tabela para parametrizar o bairro em que o animal se encontra.

5.3.Estratégias de Distribuição

Nossa estratégia é apenas cuidar de gatos e cachorros. Sendo assim a unidade móvel visita alguns bairros em determinados dia da semana, conversando com os proprietários dos animais, identificando as necessidades (higiene), criando cadastros e orientando sobre a saúde e os cuidados para com os animais (dicas). Na primeira visita é distribuída a carteirinha de atendimento.

A empresa também conta com o serviço de busca de animais para doação, o encaminhado para o serviço de proteção aos animais, mediante ao pagamento de uma pequena taxa.

Também dispomos de serviços de tele entrega de alimentos, acessórios e medicamentos para caninos e felinos.

6. HISTÓRICO DA EMPRESA (HISTÓRIA)

A seguir, descrevemos a trajetória na nossa empresa, onde se iniciou suas atividades na cidade de Araraquara com o intuito de se lançar um produto ou um serviço onde se pode atingir diversos públicos de diversas classes sociais.

A criação da empresa em 20 de Abril de 2015, que teve como seus fundadores Andréia, Eliete, Liliam e Natália com o anseio em se criar uma empresa com a visão inovada sempre pensando em seus consumidores mais exigentes, sempre buscando por melhoria continua já contando com uma

venda em seu nascimento de pelo menos 45% dos consumidores, buscando cada vez um mercado onde podemos contar com uma maior participação de mercado.

Nome da empresa AuMiau Pet Móvel, CNPJ: 00.0000.000/0000-00, Telefone: (016) 3321-5623, e-mail: aumiau@pet.com.br.

7.COMO FOI IDENTIFICADA A OPORTUNIDADE PARA A CRIAÇÃO DO PRODUTO

Vários foram os motivos que nos levaram a ideia de criação do produto e ou serviço, para tanto enumeramos algumas delas, aos quais veremos a seguir.

A região de Araraquara possui um grande nº de pessoas que absorverão nossos produtos.

A demanda de público é crescente bem como suas necessidades, fazendo a junção de preço, do produto e a sua qualidade.

8. ANÁLISE AMBIENTAL

8.1.Macro Ambiente

As questões macro ambientais podem afetar nosso lançamento, assim como afetar qualquer empresa, de qualquer segmento, a seguir vamos enumerar algumas questões que irá afetar o macro ambiente:

8.2.Aspectos Econômicos

A cidade de Araraquara, local onde faremos o lançamento de nosso produto e ou serviço, possui um fator econômico muito grande, pois predominam o comércio e indústrias de onde vem à renda dos trabalhadores, sendo o restante dividido nas áreas de educação, transporte, serviços públicos, etc.

Araraquara tem a vantagem de estar no centro do estado de SP, e também é cercada por outras cidades da região o que facilita a vinda de pessoas que adquirem nossos produtos e ou serviços.

8.3.Aspectos sócios culturais

A nossa empresa tem por objetivo analisar a cultura das pessoas quanto a aquisições, pois a mesma pode interferir diretamente na venda dos produtos e ou serviços oferecidos e o quanto pode ou não impactar em determinados momentos.

9. ANÁLISE SWOT NA EMPRESA

Em aspecto financeiro, o nosso investimento inicial será relativamente baixo e seguro. Não será feito através de financiamento, pois todos os sócios têm recursos próprios, sendo assim, o lucro não será diminuído pelos juros e haverá menos encargos do que uma loja fixa.

A nossa empresa possui sócios especializados com cursos de banho, tosa e cuidados específicos para animais. Teremos também um veterinário que será o responsável técnico e um contador que irá tratar a parte contábil.

Outro ponto forte também é que atualmente, o mercado pet encontra se em ascensão com grande expansão, devido a crescente população canina e felina. Os donos estão cada vez mais preocupados com o bem-estar dos seus animais, muitos preferem o pet móvel pela comodidade de não ter que sair de casa, segurança, supervisão e menos estresse para o animal.

Uns dos pontos fracos da nossa empresa, é que este tipo de negócio é novo aqui na cidade, sendo assim, há necessidade de ganhar a confiança dos clientes. Há também a concorrência com grandes redes de pet shop que possuem clientes fidelizados.

Corremos o risco também de não conseguir atender todos os clientes no mesmo dia, pois a nossa van tem a capacidade para atender até 2 animais por vez.

9.1. Força

Fornece um serviço que será inovador na cidade e que facilitará a rotina de pessoas que não tem tempo em levar o seu animal de estimação ao pet shop.

É fundamental ser competente e os produtos e serviços possuírem qualidade e atenderem as necessidades e os desejos dos consumidores.

9.2.Fraquezas

Não ser conhecido no mercado do Pet Shop e possuir alto custo de prestação de serviço.

9.3.Oportunidades

O mercado apresenta potencialidade para novas empresas no setor. Observamos que é preciso levar em consideração que o animal de estimação é em muitos casos tratado como um integrante da família. Atualmente as pessoas não estão apenas à procura da ração para os seus animais, mas de cuidados específicos e alimentos ideais.

9.4.Ameaças

Uma ameaça para o negócio é a existência dos Pets Shop que estão a mais tempo no mercado que já possuem clientes fiéis e também já são conhecidas.

10. ESTRUTURA

O projeto de adaptação do Pet Shop móvel foi uma opção flexível e permite que a nossa empresa estabeleça pontos variados na cidade, sem ficar fixado em um ponto comercial que, dependendo da região, exige altos investimentos.

Além disto, muitos clientes gostam de acompanhar e visualizar a forma com que seu Pet está sendo atendido e este modelo de negócios permite que esse laço de confiança seja criado. Outro fator interessante é que as pessoas da rua ficam curiosas com a novidade e isso acaba gerando novos negócios e oportunidades.

10.1 ITENS QUE COMPÕE O PET SHOP MÓVEL

- ✓ Reservatório de água limpa 300 litros
- ✓ Reservatório de água suja 130 litros
- ✓ Possibilidade de utilização de água da rua
- ✓ Banheira em alumínio com pintura epóxi e saboneteira
- ✓ Chuveiro elétrico com ducha
- ✓ Prateleiras diversas com espaço e tomada para micro-ondas
- ✓ Um assento e uma lixeira
- ✓ Luminárias em LED
- ✓ Central elétrica (entrada 220 v da rua) com disjuntores
- ✓ 4 tomadas 220v e 2 tomadas 110v



Figura 01: Interior do veículo Fonte: <http://www.preciolandia.com.br>

Figura 02 :interior do veiculo: Fonte:<http://www.preciolandia.com.br>

Figura 03: interior do veiculo: Fonte: <http://trailers-usados.vivalocal.com>

Figura 04: interior do veiculo: Fonte: <https://g1.globo.com>

Adaptamos o pet shop móvel também para consultório veterinário móvel e foi possível instalar alguns componentes que tornam possíveis a execução de consultas e pequenos procedimentos dentro do utilitário:

- ✓ Ambiente climatizado
- ✓ Mesa de Inox
- ✓ Frigobar para armazenagem de vacinas
- ✓ Lixos separados (contaminado e comum)
- ✓ Armários extras para medicamentos
- ✓ Todo o instrumental para consultas

11. PLANEJAMENTO DE VENDAS

11.1. Potencial de mercado e potencial de vendas

Através da realização de pesquisas primárias e secundárias, constatamos um potencial de mercado favorável na cidade de Araraquara e região. Logo, por esses dados acima especificados, constatamos com maior veracidade o grande potencial de consumo dos produtos e serviços oferecidos.

Com o potencial de vendas, também através das pesquisas realizadas, verificamos que o novo público-alvo possui poder aquisitivo suficiente para a compra dos produtos oferecidos, seja por renda própria ou por auxílio financeiro da família.

11.2. Previsão de vendas

As vendas serão realizadas nos quatro setores: norte, sul, leste e oeste, dividindo a cidade e região de forma de forma de abranger todo o público alvo, cada setor contará com a colaboração dos funcionários para atingir a meta esperada.

11.3. Motivação dos vendedores

Além dos benefícios de remuneração, motivaremos os vendedores de nossa empresa através de palestras e cursos, plano de carreira, previdência

privada, e para os colaboradores que se aposentarem na empresa, será concedido de forma vitalícia o plano médico e odontológico. Com metas, objetivos, preço e mercado definido aos profissionais da área do departamento de vendas, terão poder de decisão, transmitindo assim confiança aos clientes.

11.4. Plano de comunicação

O objetivo de comunicação é informar ao público consumidor e comunidade sobre o produto que estará sendo lançado e torná-lo conhecido, e para isso utilizaremos algumas ferramentas de comunicação tais como:

- ✓ Promoções de vendas
- ✓ Merchandising
- ✓ Venda pessoal
- ✓ Relações públicas
- ✓ Acessória de imprensa
- ✓ Propaganda

Através desses fixar uma imagem na frente do cliente tornando-o consumidor do produto.

11.5. Estratégias de Vendas

A estratégia que implantamos é mapear os bairros e saber qual o real poder aquisitivo dos moradores de cada bairro, para que possamos formar uma tabela de preços que seja de acordo com cada público. Outras formas criadas para vender nossos produtos e serviços:

- ✓ Indicação;
- ✓ Carro de som;
- ✓ Divulgação de imagem em outdoors;
- ✓ Distribuição de imãs de geladeira;
- ✓ Anúncios em site;
- ✓ Mala direta;
- ✓ Brindes (carteirinha e vales brindes);

- ✓ Feiras comerciais.
- ✓ Cadastro de clientes para futuras promoções.

11.6. Projeções de Vendas

Pretendemos no primeiro semestre de 2016 realizarmos cerca de 300 atendimentos. Estamos com expectativa de vender aproximadamente 2.000 kg de rações, além de roupas e acessórios para cães.

Iniciando nossas atividades, uma das preocupações são com a quantidade de produtos, serviços e vendas.

11.7. Serviços Pós-venda e Garantia

Manter contato com os clientes para saber se o animal está devidamente sendo medicado, se gostou da ração ou dos acessórios, se deseja agendar uma nova visita para banho ou tosa.

Saber o nível de satisfação do cliente após a consulta se gostou do tratamento que foi dado ao seu animalzinho de estimação na forma de pesquisa rápida por telefone ou no local.

A nossa garantia é o Código de Defesa do Consumidor assegurado a todos os produtos e serviços.

11.8. Definição das estratégias de comunicação

A seguir, segue o conceito e definição das estratégias utilizadas no nosso plano de comunicação, bem como táticas e ações a serem desenvolvidas.

11.9. Promoção de vendas

A promoção de vendas é qualquer atividade que envolve e atrai o cliente até o produto no ponto de venda, resultando em vendas lucrativas, gerando fluxo de consumidores em curto prazo e formando boa imagem ao público alvo.

12. MERCHANDISING

Trate-se da exposição de mercadorias certas para uma perfeita distribuição e para melhor exibição no ponto de vendas. Das técnicas utilizadas, a mais simples e mais importante operação é o Merchandising. É onde todas as ações da propaganda, promoção, etc.

Convergem para único ponto de vendas, sendo o momento em que se tem a resposta do sucesso ou o fracasso.

Itens como design, destaque nas vitrines, boa exposição, arrumação, material promocional, decoração e o que pode ditar qual o destino do produto.

12.1. Visual Merchandising

O ambiente do ponto de venda criando identidade e personificando Decorativamente todos os equipamentos que circundam o produto ou serviço. O merchandising visual usa o design, a arquitetura e a decoração para aclimatar, motivar e induzir os consumidores à compra do serviço, no ramo do Pet Shop esta alternativa de divulgação é muito perspicaz, pois viabiliza o maior olhar crítico das pessoas ao negócio e maior visualização do serviço prestado com mais clareza, aguçando a vontade e a curiosidade das pessoas para experimentar o serviço e ver a sua real função.

O PDV neste serviço é o próprio carro que faz as tarefas destinadas, ele é considerado a mídia mais rápida e eficaz, pois é a única mensagem que conta com os elementos chaves da concretização da venda que são: consumidor, produto e dinheiro.

A qualidade do serviço é percebida quando o consumidor interpreta como sinais de qualidade de um serviço à marca, o preço, a aparência física e a divulgação. Durante a compra a visão é o primeiro sentido humano responsável pela escolha, pois é o primeiro estímulo responsável para o cérebro reagir ao serviço.

Como a Pet Shop é um serviço móvel a comunicação entre o cliente e o serviço deve ser muito forte.



Figura 05 – Van Pet Shop Móvel Fonte: Própria

12.2. Televisão

A TV ainda continua sendo um meio de comunicação influente para todos os públicos foi pensando nisso que resolvemos divulgar o nosso trabalho através de comerciais.

A nossa estratégia é anunciar durante os programas de rede local como os telejornais do meio dia e fim de tarde. Investir em comerciais locais é mais barato e é uma forma de testar o mercado local.



Figura 06 Divulgação em televisão 1

Fonte: <http://casamenteiras.casare.me/petsnacasa/2011/07/14/0s-cachorros-assistem-tv>

12.3. Divulgação em panfleto

O panfleto será o nosso cartão de visitas, por isso, procuramos o auxílio de um publicitário para que a arte e a mensagem sejam apropriadas.

Iremos optar para distribuir em locais com movimento, como ruas de centro comerciais, cruzamentos e em paradas de ônibus.



Figura 07 Divulgação em panfletos Fonte: <http://www.omb100.com/feiradesantna-centro/categoria/animais/et-movel>

12.4. Internet

Para divulgar na internet, optamos por investir em um site claro e objetivo com os serviços prestados, cartela de clientes, endereço, telefone e e-mail. Como complemento, vamos criar uma página no facebook para divulgar fotos do nosso trabalho e para comunicar aos clientes, em qual localização a van está estacionada naquele momento.



Figura: 08 Divulgação em Internet Fonte: <http://www.petrede.com.br/2014/cachorros/cientistas-desenvolvem-dispositivo-para-traduzir-os-pensamentos-dos-caes>

12.5. Ações no PDV – Merchandising

Checklist de planejamento para ação de o Pet Shop dar certo:

1- Limites ao orçamento e aos objetivos;

- 2- Necessidades mercadológicas do serviço? Como lançamento, inovação, mercado, preço, formação da marca, relacionamento consumidor, etc.;
- 3- Ação simples ou precisa do governo?
- 4- Mensagem para ação;
- 5- O serviço precisa de demonstração, amostragem?
- 6- Material informativo;
- 7- Abrangência da ação, cidades que serão incluídas;
- 8- Apoio de propaganda na mídia;
- 9- Quantas pessoas necessárias para fazer a ação?
- 10- Quem avalia, controla os resultados da ação?

13. Atendimento em condomínios

De acordo com a Comac (Comissão para Animais de Companhia), a estimativa é de que 44% dos lares das classes A B e C tenham um animal para fazer companhia.

Também vale ressaltar que, apesar de muitas convenções proibirem animais, a justiça vem dando ganho de causa a propriedade de animais que não representem perigo e incômodo aos condomínios.

O principal caminho para evitar um relacionamento desgastante com moradores e seus pets é deixar sempre claro o que é ou não permitido no condomínio.

Uma alternativa para evitar problemas no futuro é inserir um capítulo específico sobre a possível presença animais, que dê os seguintes detalhes: Por onde os animais irão entrar e sair; quais os locais permitidos para circulação com animais; se necessário, que uso farão do elevador (se poderão usar o social ou apenas o de serviço); devido regras de condomínio, não iremos atender animais dentro do mesmo. Cada proprietário deverá levar seu animal até o local estabelecido e combinado, exceto se o proprietário não conseguir ir até o local iremos busca-lo.



Figura 09—Atendimento em condomínios Fonte: blog.jornalpequeno.com.br

14. Pet shop sustentável

Nós do Pet Shop AuMiau acreditamos que é possível ser mais sustentável nos cuidados com os pets.

Entre as ações verdes, a loja pratica o serviço de banho e tosa mais conscientes, utilizando produtos biodegradáveis, sistema de pistola nas duchas para evitar o desperdício de água, toalhas especiais que aumentam em 30% a absorção e soprador que, reduz o tempo de uso do secador tradicional.

Realizaremos campanhas de educação ambiental e vamos oferecer aos nossos clientes produtos sustentáveis. O nosso segmento conta com produtos duráveis, biodegradáveis e feitos a partir de materiais orgânicos e reciclados, que podem ser encontrados em forma de cosméticos, roupas, coleiras, acessórios e materiais de limpeza.



Figura 10 – Produtos com Sustentabilidade Fonte- www.guiapetecia.com.br

Teremos o cuidado em manter os pets longe de produtos que contenham derivados petroquímicos, pesticidas tóxicos ou conservantes nocivos. Daremos preferência para marcas que não fazem testes em animais.

14.1 Ações sustentáveis.

A empresa AUMIAU acredita que é possível ser mais sustentável nos cuidados com os pets. Entre as ações verdes, a loja pratica o serviço de banho e tosa mais consciente, utilizando produtos biodegradáveis, sistema de pistola nas duchas para evitar o desperdício de água, toalhas especiais que aumentam em 30% a absorção e soprador para secar os peludos e reduzir o tempo de uso do secador tradicional.



Figura 11–Banho a seco Fonte– www.revistameupet.com.br

15. DEMANDA ATUAL PETSHOP NO BRASIL

O cuidado excessivo com os animais de estimação faz aumentar a demanda por pet shop no país.

Cada vez mais as pessoas estão gastando com seu animal de estimação. O cuidado excessivo com os bichinhos faz aumentar a demanda por pet shop no país. Segundo a agência do Nacional, na divisão dos gastos por habitante, o consumo de produtos para animais de estimação será 13% maior em comparação com o ano passado.

De acordo com a estimativa do Pyxis Consumo, do Ibope Inteligência, o mercado de pet shop brasileiro deve movimentar R\$ 5,92 bilhões este ano. O setor serviço são os que terão mais oportunidades, está crescendo e muito. O estudo mostrou que a classe B, representa 24,45% dos domicílios e é responsável pela maior fatia dos gastos: R\$ 2,69 bilhões, ou 45,47% do total do consumo. Já a classe C gasta cerca de R\$ 1,7 bilhão e a classe A R\$ 841,86 milhões. Somadas as classes E e D gastaram R\$ 686,03 milhões. O Sudeste é

a região com o maior potencial de consumo representando 53,75% do total dos gastos com animais de estimação.

Para auxiliar o profissional em nosso pet shop, para realizar um serviço de qualidade utilizaremos um programa que está sendo desenvolvendo pela CPT Softwares no qual ajudará no gerenciamento do pet shop. O objetivo é auxiliar no planejamento e controle das atividades dentro do pet, visando produtividade e aumento dos lucros.

Montar uma Pet Shop tem se mostrado um excelente negócio no Brasil. Casa vez mais pessoas aderem ao hábito de criar animais em casa e estes precisam de cuidados, é quando entram as **lojas de pet shop** na vida das pessoas.

16 .Produtos Para Pet Shop Com Maior Giro No Estoque

16.1 Coleiras

Este é o item sem sombra de dúvida mais vendido, tanto para cachorros como para gatos. Os modelos apenas para pescoço são mais sofisticados e pode incluir desde pedraria a verdadeiras jóias em ouro e prata. São procuradas pela necessidade de identificação dos animais na rua, mesmo os que não curtem o acessório muito bem como os gatos.

O valor varia conforme o material de fabricação e o tamanho. As coleiras simples, em náilon, para animais de pequeno porte (até 5kg) custam em média R\$ 5 já com a guia. As mais sofisticadas, em cores diferenciadas e com fivelas mais fortes podem chegar a R\$ 20.



Figura 12–Acessórios para cães Fonte-www.lolaeamigos2.blogspot.com

As coleiras para cachorros de raças maiores são mesmo mais caras, pois envolvem qualidade e resistência na guia para suportar pequenas oscilações de humor do animal nas ruas. Para pit bull e labrador, por exemplo, podem chegar a R\$ 100.

16.2 Roupas

Têm tido boa aceitação pelo público que quer fazer um agrado ao seu pet. São vestidinhos, blusas, viseiras e lacinhos para todos os gostos e tamanhos, que geram um bom lucro para seu pet shop.



Figura 13–Roupas para cães e gatos Fonte: www.fashionbubblles.com



Figura 14 – Roupas para cães Fonte: www.fashionbubbles.com

16.3 Remédios para pets

Todo animal precisa de cuidado constante e seus produtos são específicos para cada tipo, raça e porte. As **lojas para pets** devem possuir uma maior variedade destes produtos, uma vez que é um dos dois únicos lugares especializados em vendê-los.



Figura 15 – Remédios para cães Fonte: www.amigobichomeiaprada.com

As opções do mercado são venda em líquido, para colocar na casa e dar banho no animal, comprimido que fazem o corpo eliminar toxinas que matam as pequenas pragas e em injeção, em dose única que dura mais ou menos seis meses para precisar de uma manutenção. O valor varia conforme com a quantidade o fabricante.



Figura 16–Remédios para cães Fonte: www.vetfarmalages.com

16.4 Anticoncepcionais para cães e gatos

Muitos donos desses bichos preferem que eles não tenham filhotes, que causam trabalho e podem alterar a dinâmica da casa, por isso administram o remédio. Eles são aplicados a cada seis meses e vendidos em doses únicas já com a seringa para aplicação.

16.5 Brinquedos de pelúcia

Os animaizinhos domésticos adoram uma brincadeira com seus bichinhos de pelúcia. São comprados em grande quantidade para revenda e repassados a preços de R\$ 5 em média. Os brinquedos preferidos são bolas felpudas para gatos, ursinhos, miniatura de cachorros e gatos, entre outros. Existem modelos mais arrojados que podem ser vendidos a mais de R\$ 100.



Figura 17–Brinquedos para cães – Fonte: amigosnaosecompra.com.br

Figura 18 – Brinquedos para gatos –Fonte: www.cachorrogato.com.br

16.6 Produtos para higiene pessoal dos animais

A higiene dos animais domésticos deve ser diferenciada dos humanos. Assim como nós, eles precisam de combinações químicas específicas para seu tipo de pele, pelos, tratamento e prevenção contra zoonoses.

A variedade é grande e são bem vendidos como sabonetes, líquido ou em barra, shampoos, condicionadores, perfumes entre outros. O valor varia conforme a marca, sendo os mais baratos em torno de R\$ 10 por item. A variedade de fabricantes específica para pet é grande no mercado, que vendem em grande quantidade em preços bem em conta.



Figura 19-Produtos de higiene para cães Fonte-www.ideiasgreen.com.br

16.7 Biscoitos e rações

Por mais que alguns donos de em um pouco do seu próprio biscoito recheado, vale lembrar que seus bichos possuem produtos específicos para eles. Alguns animais sofrem com o consumo de comida humana com ações como queda de pelo, dores de barriga e diarreia.

Na linha de alimentos podem ser encontrados produtos diversos para cachorro, como ossos para comer ou apenas para morder, palitos comestíveis que são recomendados pelos veterinários por ajudar na limpeza de tártaros.



Figura 20 – Biscoitos para cães Fonte- www.blogdocachorro.com.br

O ideal é alimentos que possuam as indicações necessárias de nutrientes para eles que já existem no mercado. Os biscoitos são mais comuns, que possuem aroma artificial de chocolate, mas na verdade são feitos com nutrientes sob medida para os pets.



Figura 21– Chocolates para cães Fonte-www.vipdog.com

CONCLUSÃO

O estudo realizado para o Trabalho de Conclusão de Curso apresenta a realização de um plano de negócio. A elaboração de um plano de negócio consiste na descrição da ideia da oportunidade identificada, e possui como objetivo avaliar a viabilidade econômica e financeira do empreendimento, como uma forma de diminuir os riscos e as incertezas.

A oportunidade identificada por nos é referente à prestação de serviço no segmento de pet shop móvel, no município de Araraquara/SP, considerando que o foco principal de empreendimento é facilitar a rotina de pessoas que possuem animais de estimação, indo até a residência do cliente. A escolha por este segmento ocorreu em virtude da identificação de uma carência deste serviço no município, juntamente com o carinho, admiração, e respeito que nos possuímos com os animais.

Para a realização deste estudo aplicou-se um questionário com indivíduos abordados nas ruas. Através dos resultados obtidos com o questionário é que se definiu o público alvo, formulou-se o plano de Marketing e o plano financeiro.

O futuro empreendimento apresenta como nome fantasia AuMiau Pet Shop Móvel e sua missão é atingir a excelência em estrutura e serviço bem como atender as necessidades dos nossos clientes fazendo, do cuidado e conforto de seus animais domésticos, nosso maior objetivo.

O Plano de negócio possui como principal objetivo a avaliação da viabilidade econômica, considerando que o empreendimento para ser implantado necessita de um investimento inicial de R\$ 200.000,00. Neste total inclui-se a aquisição de uma van própria para este tipo de atendimento, compra de aparelhagens, registro, capital de giro, entre outros.

Este estudo realizado se tornou satisfatório, primeiramente pelo fato de abordar em um único trabalho o envolvimento de várias disciplinas e assuntos estudados no decorrer do curso. Segundo, por elaborar um plano de negócio e ver que este é viável este tipo de empreendimento aqui na cidade. Terceiro, por

poder analisar, estudar e conhecer a realidade de empresas que possuem como segmento a prestação de serviços.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FILION, Louis Jacques, DOLABELA, Fernando. Boa Ideia! E agora? São Paulo, Cultura, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos Novos Tempos. Rio de Janeiro. Campus, 2003.

Sites

<http://www.novonegocio.com.br/marketing/como-divulgar-uma-empresa-de->

<http://www.petshopmovel.com.br/>

<http://www.novonegocio.com.br/abrir-franquia/pet-shop-movel/>

<http://www.preciolandia.com.br/br/pet-shop-movel-98ptrr-a.html>

<http://www.preciolandia.com.br/pet-shop-movel-98ptrr-a.html>

<http://trailers-usados.vivalocal.com/motor-home-camping+jundiai/pet-shop-movel-trailer-/116465214>

<https://stdesobral.wordpress.com/2010/07/22/negocios-modelos-na-fenaiva-2010>

<http://casamenteiras.casare.me/petsnacasa/2011/07/14/os-cachorros-assistem-tv>

<http://www.omb100.com/feiradesantana-centro/categoria/animais/pet-movel>

<http://www.petrede.com.br/2014/cachorros/cientistas-desenvolvem-dispositivo-para-traduzir-os-pensamentos-dos-cae>

<http://www.blog.jornalpequeno.com.br>