

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Escola Técnica Estadual Irmã Agostina

Técnico em Administração

Ashley Hudson

Gustavo Inacio Mendes

Kethelen Pedroza Nunes de Oliveira

Leonardo Brito Luiz da Rocha

Niquely Monteiro de Barros

Vanessa Guimarães Sousa dos Santos

Wagner Jorge da Silva

DOG KEEPER'S

São Paulo

2021

Ashley Hudson

Gustavo Inacio Mendes

Kethelen Pedroza Nunes de Oliveira

Leonardo Brito Luiz da Rocha

Niquely Monteiro de Barros

Vanessa Guimarães Sousa dos Santos

Wagner Jorge da Silva

DOG KEEPER'S

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Irmã Agostina, orientado pelo Prof. Adriano Oliveira Barbosa, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

São Paulo

2021

RESUMO

A Dog Keeper's foi criada por um único motivo, fornece a todos os animais de estimação e seus donos os serviços, cuidados e apoio que eles precisam e merecem. Quer venham para uma estadia de uma diária ou prolongada, prometemos que irá receber o melhor atendimento possível. Nossa principal atividade é oferecer um local onde você possa deixar seu bichinho de estimação na mão de profissionais enquanto você trabalha para que seu Pet não se sinta sozinho, iremos trabalhar com Pet Day Care, ou seja, uma creche para Pets isso será o nosso segmento principal, mas a DOG KEEPERS não é somente isso, seremos uma rede e o nosso espaço foi reformado e preparado para que você encontre de tudo para seu Pet no mesmo lugar como brinquedos, roupas, remédios, alimentos, tratamento, etc. A Dog Keeper's é uma rede de serviços voltados aos cuidados de animais de estimação criado em 2020 com a intenção de oferecer aos nossos clientes (donos de pets) confiança e credibilidade para que seus amiguinhos de quatro patas tenham saúde e cuidado diariamente.

Palavras-chave: Pet Shop. Day Care. Animais de estimação.

ABSTRACT

Dog keepers was created for one reason only, to provide all pets and their parents with the services, care and support they need and deserve. Whether they come for a daytimet or extended stay, we promise to provide the best possible care. Our main activity is to offer a place where you can leave your pets in the hands of professionals while you work so that your pet does not feel alone, we will work with pet day care, it's a day care for pets that will be our main segment, but DOG KEEPERS is not only that, we will be a network and our space was reformed and prepared for you to find everything for your pet in the same place like toys, clothes, medications, food, treatment, etc.. Dog Keeper is a network of services directed to the care of pets created in 2020 with the intention of offering our customers (pet owners) confidence, and credibility so that their four-legged friends have health and care of daily.

Keyword: Pet Shop. Day Care. Pet.

SUMÁRIO

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO..... | 7 |
| 2 | FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA..... | 8 |
| 2.1 | Dados e Estatísticas..... | 8 |
| 3 | PLANO DE NEGÓCIO..... | 11 |
| 3.1 | Classificação Tributária..... | 11 |
| 3.2 | Missão, Visão, Valores e Diferencial..... | 11 |
| 4 | PLANO OPERACIONAL..... | 13 |
| 4.1 | Planejamento Tático e Operacional..... | 13 |
| 4.2 | Layout..... | 14 |
| 4.3 | Fluxograma..... | 21 |
| 4.4 | Organograma..... | 22 |
| 5 | PLANO DE MARKETING..... | 23 |
| 5.1 | Briefing do Serviço..... | 23 |
| 5.2 | Público-Alvo e Persona..... | 26 |
| 5.3 | Análise de Concorrentes..... | 28 |
| 5.4 | Análise de Fornecedores..... | 29 |
| 5.5 | Modelo Canvas..... | 30 |
| 5.6 | Análise SWOT..... | 31 |
| 5.7 | 4 P's..... | 32 |
| 5.7.1 | Produto..... | 32 |
| 5.7.2 | Praça..... | 33 |
| 5.7.3 | Promoção..... | 36 |
| 5.7.4 | Preço..... | 38 |
| 6 | PLANO FINANCEIRO..... | 39 |
| 6.1 | Custos dos Produtos..... | 41 |
| 6.2 | Depreciação..... | 46 |
| 6.3 | Folha de Pagamento..... | 47 |
| 6.4 | Ponto de Equilíbrio..... | 49 |
| 6.5 | Fluxo de Caixa..... | 50 |
| 6.6 | Demonstrativo de Resultado e Exercício..... | 53 |
| 6.7 | Balanço Patrimonial..... | 54 |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| 6.7.1 Retorno de Capital..... | 54 |
| 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 55 |
| 8 REFERENCIAS..... | 56 |
| 9 APENDICE..... | 57 |
| 10 ANEXO..... | 60 |

1 INTRODUÇÃO

A Dog Keeper's é uma rede de serviços voltados aos cuidados de animais de estimação criado em 2020 com a intenção de oferecer aos nossos clientes (donos de pets) confiança e credibilidade para que seus amiguinhos de quatro patas tenham saúde e cuidado diariamente.

A creche que possui toda a infraestrutura necessária para o bichinho se divertir e interagir com outros animais, assim como opções de brinquedos e espaço para brincar, contamos com um veterinário de prontidão e um adestrador para os pets mais danados. Por esses motivos focamos na gestão de processos, porque precisamos de uma rotina e um planejamento bem elaborado para melhor atendermos nossos clientes e dar uma boa qualidade de trabalho para nossos colaboradores.

Nossa principal atividade é oferecer um local onde você possa deixar seus bichinhos de estimação aos cuidados de excelentes profissionais enquanto você trabalha para que seu pet não se sinta sozinho. A Dog Keeper's não é somente isso, como já mencionado seremos uma rede nesse segmento, nosso espaço foi reformado e preparado para que você encontre de tudo para seu pet.

Dentro do espaço, iremos realizar feiras mensais com lojas parceiras, a fim de divulgar diversos produtos para o bem-estar dos pets. O nosso principal objetivo é por meio de nosso processo de prestação de serviço, desde a escolha de nossos fornecedores, até o ato de buscarmos o pet em seu lar, prestar serviços de excelente qualidade. Assim, veremos os passos para elaboração de processo e estratégias para alcançarmos a eficiência do negócio, desde sua fundamentação teórica (estatística de animais domésticos no Brasil, cenário do mercado no Brasil, estatística de público); plano de marketing (como apresentar os serviços ao público, pesquisa de mercado, marketing digital, análise de fornecedores, análise de concorrente, produto, promoção, preço e praça); e planejamento financeiro (cálculo de imposto, custos, salários, preço por porte de animal, fluxo de caixa e ponto de equilíbrio). Teremos assim uma visão mais clara de como obter um negócio de sucesso.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Dados e Estatísticas

A Indústria Pet e seus números

O Brasil tem a segunda maior população de cães, gatos e aves canoras e ornamentais em todo o mundo e é o terceiro maior país em população total de animais de estimação. São 54,2 milhões de cães, 23,9 milhões de gatos, 19,1 milhões de peixes, 39,8 milhões de aves e mais 2,3 milhões de outros animais. O total é de 139,3 milhões de pets, o que demonstra a força potencial do nosso setor na economia brasileira. (2020, IBGE)

É composto por indústrias e integrantes da cadeia de distribuição dos segmentos de alimentos (Pet Food), medicamentos veterinários (Pet Vet) e cuidados com saúde e higiene do pet (Pet Care). Hoje, o mercado pet já representa 0,36% do PIB brasileiro, à frente dos setores de utilidades domésticas e automação industrial. Em 2018, a indústria de produtos para animais de estimação faturou R\$ 20,3 bilhões. Em 2006, esse número era de R\$ 3,3 bi.

A maior fatia ficou por conta de Pet Food, que representou 73,9% do faturamento, seguido por Pet Serv (17,7%) e Pet Care (8,4%). No mundo todo, o maior mercado ainda são os EUA, com 40,2% dos US\$ 124,6 bilhões totais. Atrás estão: Brasil (5,2%) e o Reino Unido (4,9%), completando assim os três maiores mercados Pet mundiais.

Por que o mercado pet sobrevive a crises e só apresenta crescimento?

O desenvolvimento do mercado reflete o reconhecimento dos benefícios da interação entre humanos e animais para a saúde de ambos. Os animais de estimação, hoje, são parte da família. A longevidade e o estilo de vida solitário nas grandes cidades fazem dos pets importantes na vida das pessoas. Além disso, os animais de estimação são considerados fundamentais em tratamentos terapêuticos e em políticas de inclusão social.

As mudanças do perfil das famílias brasileiras têm grande impacto nessa relação entre humanos e pets. Houve um aumento de casais que optam por não ter filhos, ou somente um filho, e buscam a companhia de um pet. Como membro da família, o

bicho vive cada vez mais dentro de casa, especialmente em apartamentos, por conta da verticalização dos centros urbanos. Isso faz com que os donos aumentem os cuidados com a saúde do animal e invistam mais em alimentação, idas ao veterinário e em creches e profissionais do ramo, como dog walkers.

O que é posse responsável?

Antes de adquirir um animal de estimação, o possível dono precisa saber com quais gastos precisará arcar. Pets exigem idas ao veterinário, vacinas, banho, tosa e alimentação adequada, além de carinho e atenção. Nos últimos anos, o mercado percebeu um aumento dos gastos com produtos Premium, devido ao maior número de opções disponíveis com mais valor agregado e diferenciação. A posse responsável faz com que os donos optem por produtos que proporcionem um maior bem-estar para seus pets. Os cuidados com os animais de estimação que vivem dentro de casa, implicam muitas vezes em maiores gastos, pois são necessários produtos que adaptem a vida do pet ao ambiente interno como, por exemplo, tapetes higiênicos.

A entidade britânica Farm Animal Welfare Committee determinou, em 2003, as cinco liberdades do bem-estar animal, reconhecidas internacionalmente: liberdade de sentir fome e sede (liberdade nutricional), ao ter acesso livre à água fresca e limpa, bem como a uma dieta que mantenha sua plena saúde e vigor, liberdade de não passar por desconforto, pois deverá ter acesso a um ambiente adequado, com abrigo e área de repouso confortável, liberdade de não sentir dor, lesão e doença, por meio da prevenção ou do diagnóstico/tratamento imediatos, liberdade de expressar o comportamento normal, por meio de instalações adequadas e espaços suficientes, além da companhia de animais da mesma espécie e liberdade de não ter medo e angústia, ao ter garantido os tratamentos que evitem sofrimento mental.

Estatística sobre a diminuição do tempo livre e aumento do tempo gasto com trabalho com a introdução de tecnologias como celulares ou internet

Quase metade dos entrevistados (45,4%) afirma ter dificuldade para se desligar totalmente do trabalho remunerado, mesmo após o horário de término de sua jornada diária. Entre as razões apontadas, destacam-se a necessidade de ficar de prontidão, para a realização de alguma atividade extraordinária (26,0%); a necessidade de planejar ou desenvolver alguma atividade de trabalho, mediante internet, celular etc. (8,0%); bem como a necessidade de aprender um conjunto de coisas sobre o próprio trabalho (7,2%). Acrescente-se que 4,2% dos entrevistados relatam possuir outros trabalhos remunerados, além do principal.

Se o entrevistado sente que o tempo livre vem diminuindo por contado trabalho

Mais de um terço dos entrevistados (37,7%) sente que o tempo livre vem diminuindo no período recente, por conta do tempo diariamente gasto com o trabalho remunerado. De maneira mais específica, eles afirmam que isto ocorre por causa do excesso de atividades exigidas no trabalho (18,0%), devido à obrigação de levar atividades laborais para realizar em casa (5,3%) e do maior tempo gasto com transporte para o trabalho (4,8%), entre outras razões. (Ipea no âmbito do Sistema de Indicadores de Percepção Social (SIPS)).

3 PLANO DE NEGÓCIO

3.1 Classificação Tributária

A classificação tributária que o nosso segmento se encaixa é o do lucro presumido, com alíquotas de:

IRPJ – 1,20%;

CSLL – 1,08%;

COFINS – 3%; sobre faturamento

PIS – 0,65%; sobre faturamento

ISS – 5%.

3.2 Missão, Visão, Valores e Diferencial

Missão

A Dog Keeper's está determinada a auxiliar na melhoria da qualidade de vida tanto de nossos consumidores quanto dos animais. Além disso, trabalhamos para manter nosso ambiente seguro e agradável, tanto para nossos funcionários, quanto para os pets.

Visão e atributos da visão

Seremos uma organização no segmento de cuidados diários para animais domésticos com profissionais qualificados, tendo como destaque:

- Comprometimento com o desenvolvimento do pet;
- Responsabilidade Social e Ambiental;
- Excelência nos cuidados e serviços com os animais.

Valores

- Somos apaixonados por animais;
- Compromisso com o cliente;
- Respeito;
- Transparência e honestidade;
- Trabalho em equipe.

Diferencial

- Serviços veterinários;
- Serviços responsáveis por promover a socialização dos animais.
- Sistema leva e traz;
- Comercio terceirizado.

4 PLANO OPERACIONAL

Em nosso plano operacional, mostraremos o que utilizaremos para realizar um ótimo atendimento, para que nossos clientes tenham uma experiência diferenciada.

4.1 Planejamento Estratégico, Tático e Operacional

Teremos o sistema leva e traz, com van personalizada e totalmente equipada para a segurança e conforto do animal.

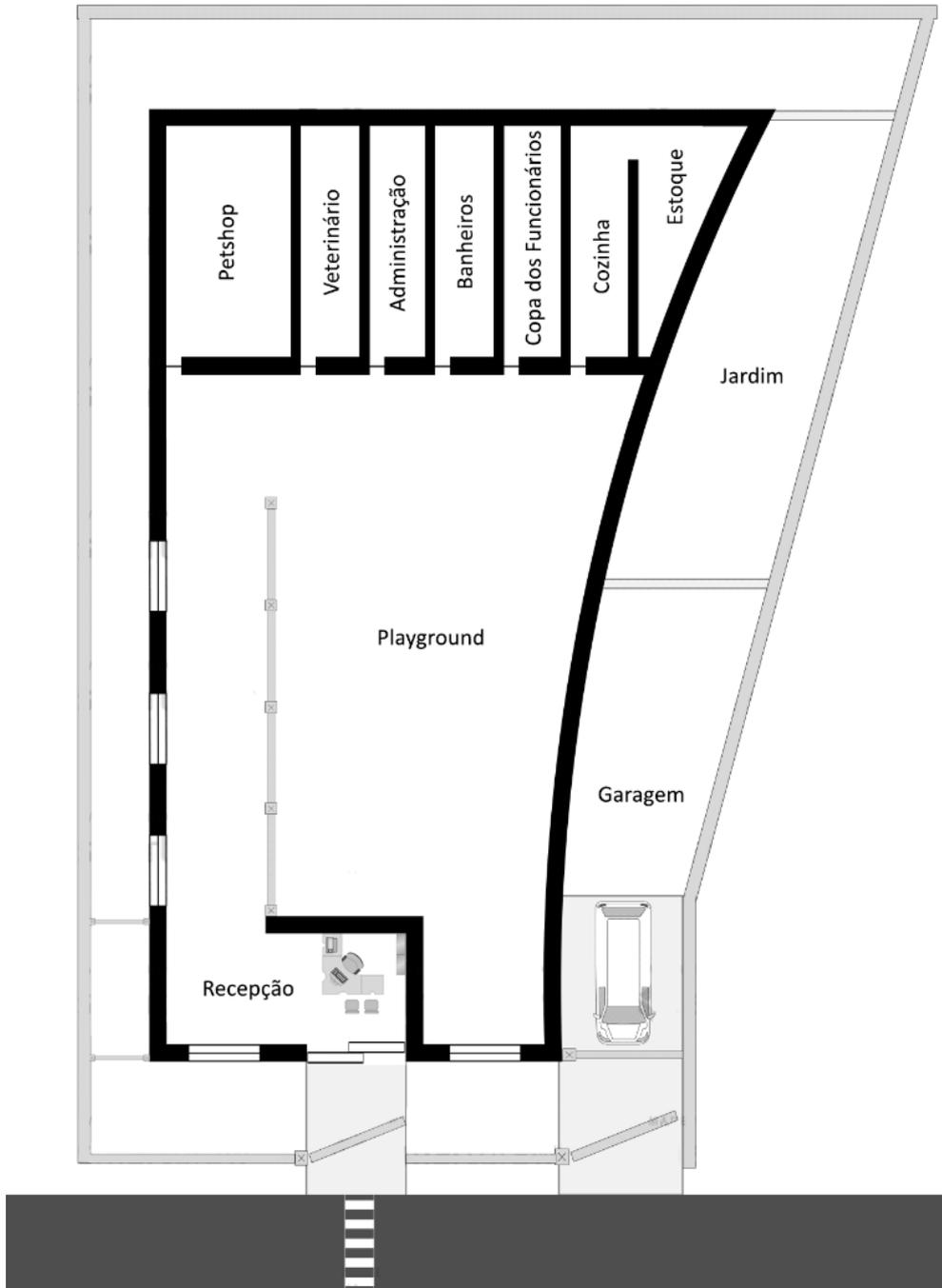


E como estratégia de credibilidade, profissionalismo e uniformidade, nossos colaboradores irá utilizar uniformes personalizados com o logo de nossa marca e totalmente azul, pois passa confiança, serenidade e calma. E desperta sensações de paz, tranquilidade e segurança.

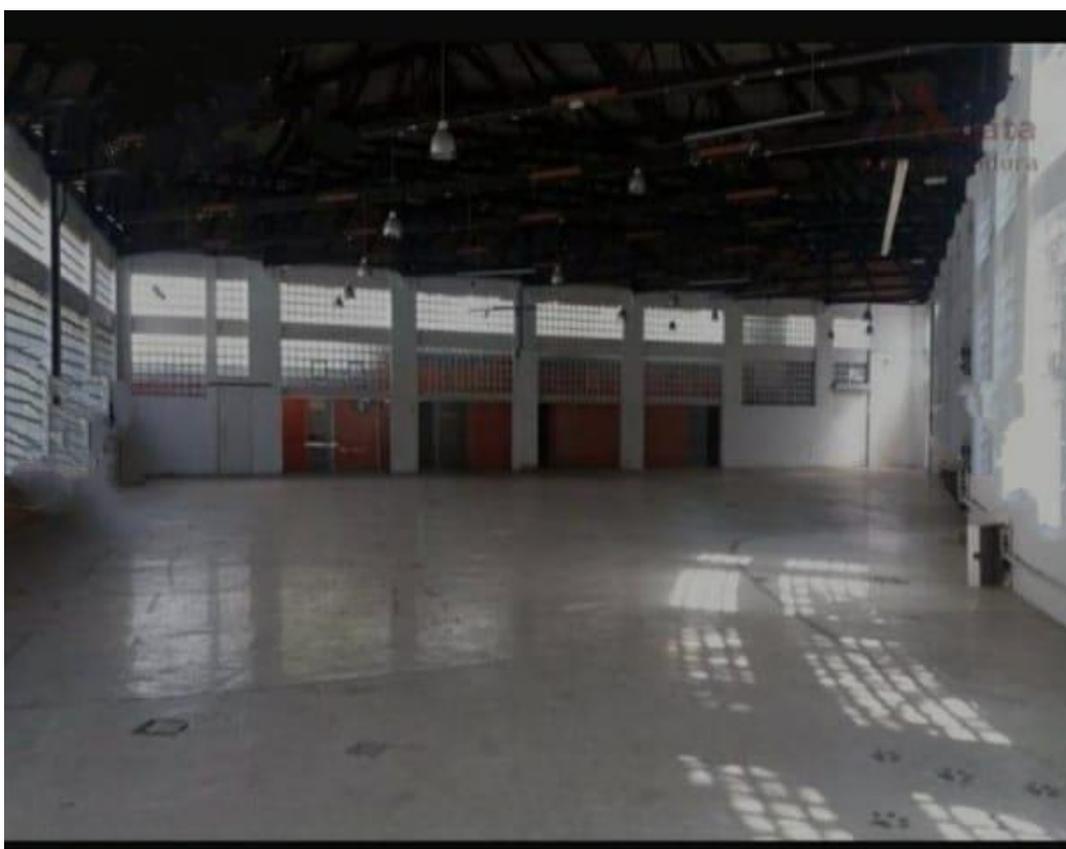


4.2 Layout

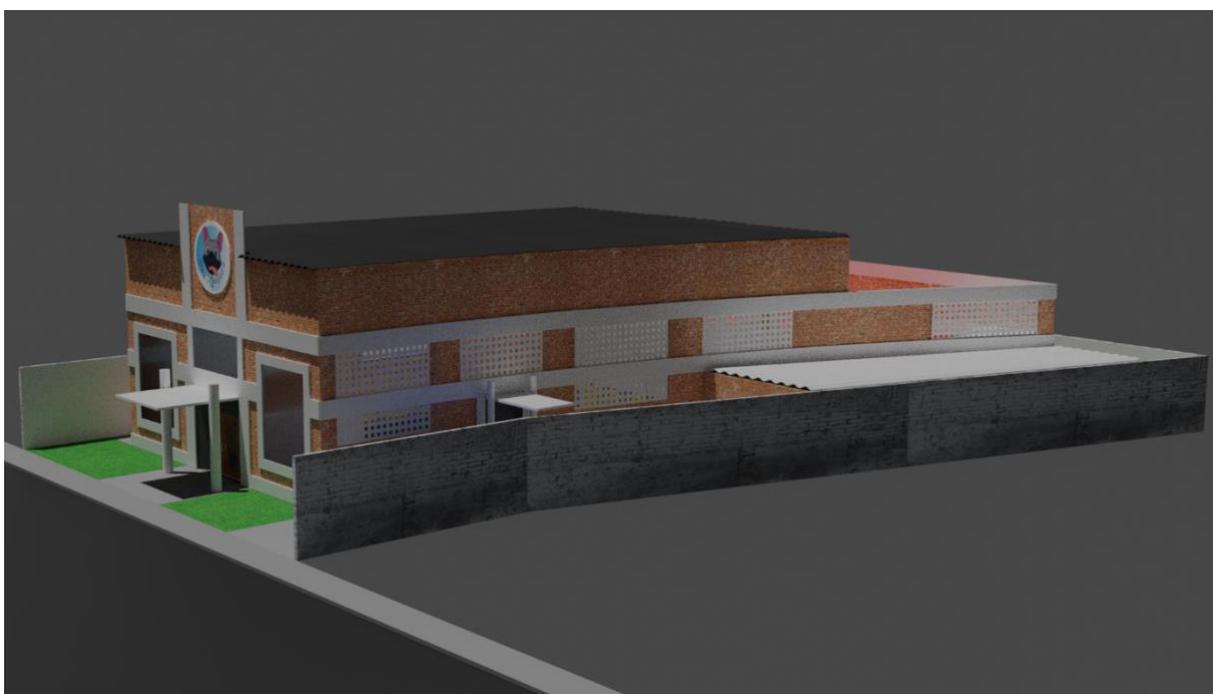
Pensando na segurança, lazer e conforto do animal, projetamos um local com uma ampla área de recreação, que com a reforma foi colocado piso emborrachado na área do playground para deixar os pets mais confortáveis.

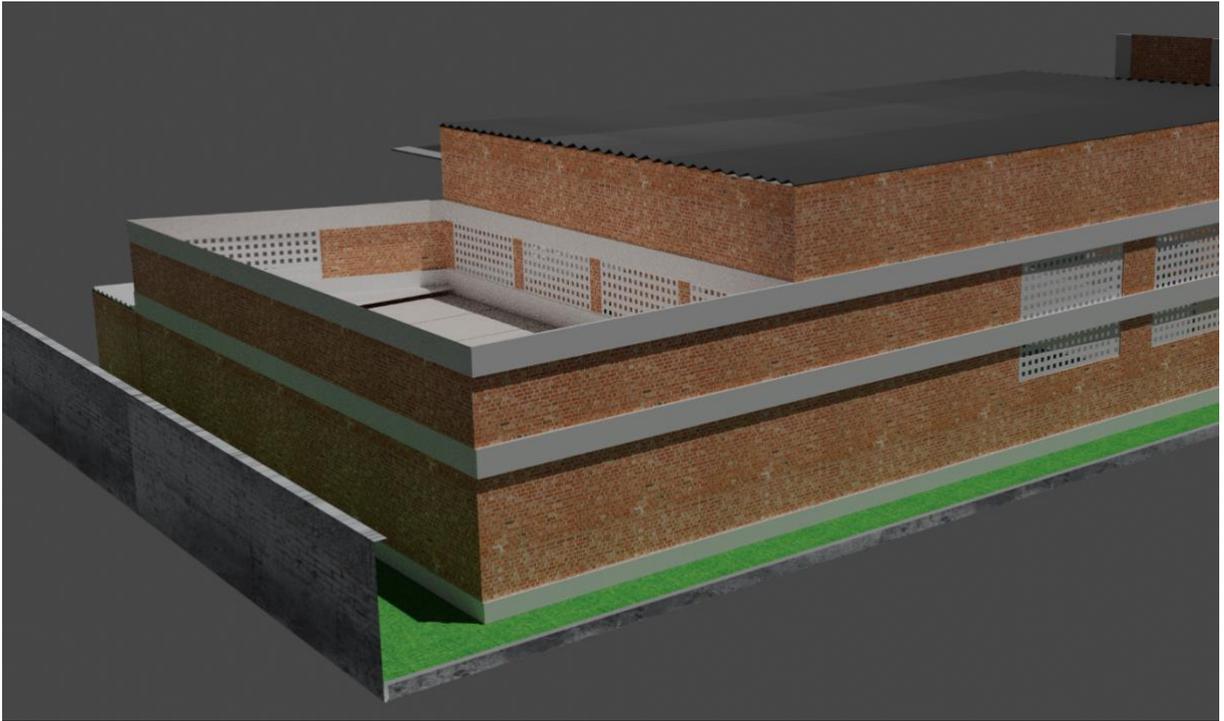


Fotos reais do local escolhido para a Dog Keeper's:

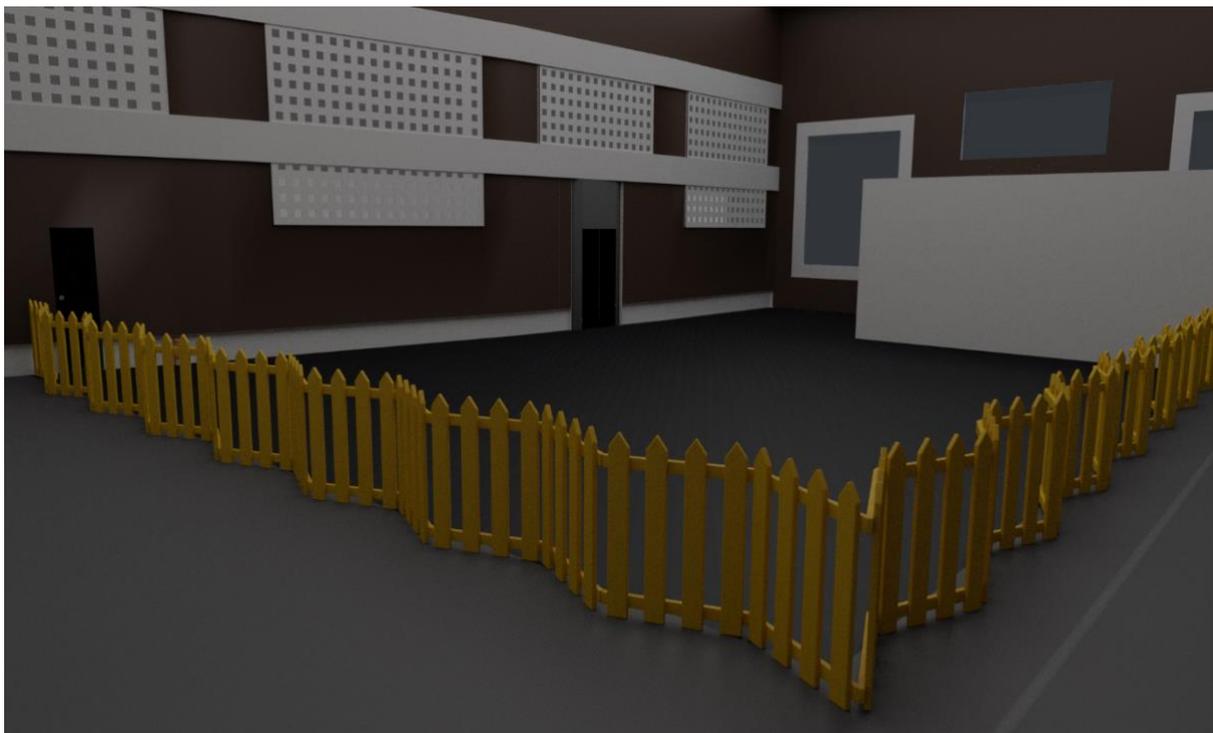


Projeto 3D da Dog Keeper's após a reforma:



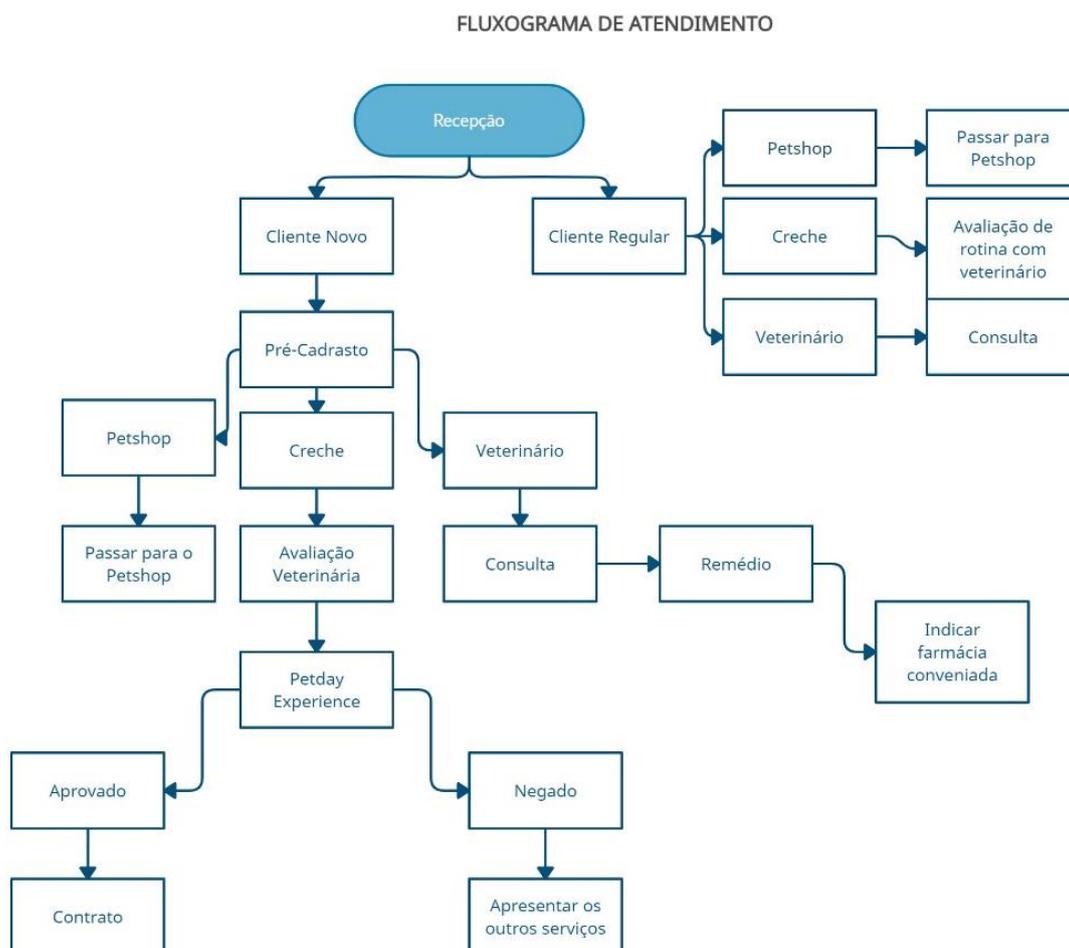






4.3 Fluxograma

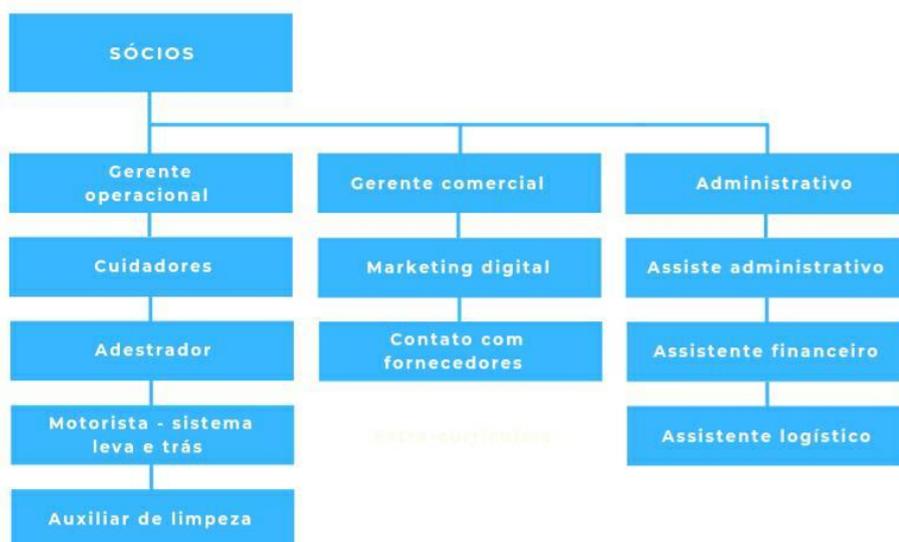
Tem dois processos: com o cliente novo e o regular; para o cliente novo faríamos uma breve inscrição com os dados pessoais do dono e um teste de socialização com o animal, tal como uma avaliação médica com o nosso veterinário, se aprovado verificaríamos as disponibilidades de horários e a contratação dos nossos serviços. Para o cliente regular iríamos direcioná-lo ao serviço solicitado.



4.4 Organograma



ORGANOGRAMA DOG KEEPERS



5 PLANO DE MARKETING

Nosso plano de marketing consiste no briefing, onde damos uma introdução de nossos serviços, temos a idealização de nossa persona e o nosso público-alvo assim temos uma noção do nosso segmento, a análise de concorrentes e de fornecedores nos permite sempre melhorar os nossos serviços, o modelo Canvas nos permite ter uma visão geral do negócio, a análise SWOT mostra o que pode ser uma fraqueza ou uma oportunidade em nosso segmento e por último e o mais importante os 4 P's. Com isso temos uma visão geral do negócio, o que nos faz sempre melhorar o nosso serviço, atendimento e produtos, pois sabemos onde, quando e o que se deve melhorar.

5.1 Briefing de Produto

Nome: Dog Keeper's

Slogan: Cuidado com carinho e atenção ao seu animal de estimação.

Logo:



- **PRODUTO**

Categoria: Creche

Local de uso: Comercial

Formas de uso:

- Produto oferecido para alojamento de pets

- Preços aos canais e ao consumidor final:
- Preços compostos para classe A e B para região da Lapa, região da zona oeste de São Paulo

Qual a imagem do produto no mercado?

Mercado novo, com concorrentes já consolidadas e com índice de alto crescimento e oferecimento de serviços e cuidados de ótima qualidade

Principais diferenças em relação à concorrência:

Serviços de veterinária, serviços de socialização com outros animais e comércio terceirizado dentro do local

Pontos positivos:

Serviços de ótimas qualidades para demanda para classe alta/média e diversas opções de planos

Pontos negativos:

- Empresa nova no ramo, com grande retrocesso no ano de pandemia.
- Influências ambientais, culturais, religiosas, geográficas:
- Devido a região da Lapa ser de alto padrão, a região na onde se localiza o produto, elevam a nobreza do local.

• MERCADO

Tamanho:

1000 m² com espaço verde e ginásio

Principais mercados:

Região da Vila Leopoldina, na Lapa

Evolução:

Baixa rentabilidade no começo, porém a taxa de crescimento no mercado é alta

Sazonalidade:

Grande ápice nas épocas festivas no final do ano

• CONSUMIDOR

Hábitos e atitudes dos consumidores em relação ao produto:

Pessoas da classe A/B onde precisam deixar os pets em um local quando se ausentarem

Quem decide a compra do serviço

O consumidor busca sempre o serviço que necessita

Quem consome, usa o produto/serviço:

Pessoas da região nobre da Lapa, classe A/B da grande São Paulo que buscam o serviço específico

- **DISTRIBUIÇÃO**

Canais utilizados e porcentagem de participação de cada canal:

Grandes distribuidoras dentro da região da Vila Leopoldina, na Lapa

O que pode ser feito para melhorar a distribuição:

Grandes avenidas próximas da localização, e foco na melhoria do sistema leva e traz por conta disso

- **PREÇOS**

Quais são os preços do produto:

Por pacotes referentes ao porte do cachorro, sendo eles pequenos ou médios.

Reação do consumidor em relação ao preço do produto:

Uma boa reação, pois confere com os serviços prestados e com os concorrentes.

- **RAZÕES DE COMPRA DO PRODUTO**

As razões de compra são emocionais ou racionais?

São mais emocionais, pois o público-alvo da creche é focado para pessoas que cuidam do seu pet como se fosse um ente querido, onde a busca da melhor qualidade de vida é sempre buscada.

- **CONCORRÊNCIA**

Principais concorrentes diretos, produtos, fabricantes e preços:

Cobasi Villa Lobos, Cani&Cats e Clínica PetSpot

Quais são os preços praticados pelos concorrentes?

Entre as três a Cobasi pode ser considerada tanto uma concorrente, quanto um distribuidor onde os preços são acessíveis a todos e a Cani&Cats e a PetSpot por estarem na mesma região da lapa, é focada também para as classes A/B.

Pontos positivos dos produtos concorrentes:

A Cobasi possui os preços acessíveis, a Cani&Cats tem uma variedade de serviços e a Clínica PetSpot possui um daycare integrada a uma clínica estética para cães.

- **OBJETIVOS DE MERCADO**

Os objetivos de mercado para este produto e as respectivas metas:

Boa rentabilidade, oferecimento de diversos tipos de serviços em um único local para diversas faixas etárias.

- **OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO**

O contato direto da empresa nas mídias sociais, como por exemplo o Instagram é essencial para que o conhecimento e o prestígio da marca sejam essenciais.

- **MÍDIA**

Quais são os meios recomendados:

Criação do site e a página no Instagram

Qual é o principal meio de veiculação:

A página no Instagram, pois os donos podem acompanhar a rotina do seu pet por ela

- **PROMOÇÃO E MERCHANDISING**

Day off e dia experimental, onde os clientes podem ser adequar ao local do estabelecimento

5.2 Público-alvo e Persona

Público-alvo

Nosso público-alvo baseia-se no público concentrado na onde estamos situados. Em análise nosso público seria donos de animais de estimação das classes sociais A e B, considerada as classes nobres de São Paulo.

Persona 1

Esther tem 37 anos, é arquiteta e trabalha na empresa..., como gerente de projetos, ganha 7.600,00 por média mensal. Natural de Minas Gerais, ela não tem filhos, é divorciada e mora com seus dois cachorros. Como Esther trabalha com projetos na empresa... passa 70% do dia fora de casa, pois como eles passam muito tempo em casa sozinhos não tem facilidades em ficar em pet shop.

Dores:

- Rotina intensa
- Pouco tempo disponível
- Dificuldade em encontrar local

Estratégia de marketing

- Ações nas redes sociais com vídeos sobre nossos serviços e cuidados para o dia a dia e para períodos específicos.

- Dia experimental, para conhecer o desenvolvimento de seus cachorros com os nossos profissionais e demais pets.
- Oferecer planos com parcerias empresárias, para viagem de trabalho

Persona 2

Paulo, 44 anos, CEO da empresa..., ganha 12.000,00 por média mensal. Paulista casado, dois filhos e um cachorro. Paulo e sua esposa passam o dia no trabalho, e seus filhos na escola e curso. Paulo sempre considera as opções e indicações de familiares e amigos antes de tomar uma decisão.

Visto que há um tempo sua pequena cachorrinha anda passando muito tempo sozinha, começou a buscar um “club” para que nos dias da semana em que a família passa mais tempo fora, sua cachorrinha consiga ter a companhia, alimentação e cuidados necessários.

Dores:

- Rotina intensa
- Necessidade de conhecimento prévio
- Dias da semana não definido

Estratégia de marketing:

- Dia experimental, para conhecer o desenvolvimento de seus cachorros com os nossos profissionais e demais pets.
- Agenda aberta a mudança de horários e dias

5.3 Análise de Concorrentes

Nossos concorrentes têm ótimas avaliações e são próximas a Dog Keeper's, o que os torna concorrentes fortes e influentes por serem mais experientes e um ponto de referência no bairro, fazendo com que procuremos estar sempre bem atualizados, oferecendo um serviço diferenciado sempre com a melhor qualidade para fidelizar e captar os clientes.

| CONCORRENTES | LOCALIZAÇÃO | SERVIÇO | QUALIDADE | PREÇO |
|---------------------|-----------------------|--|--------------------------------------|-------------------------------|
| Cani&Cats | 1,3km da Dog Keeper's | Consulta particular em clínica geral, especialidades, exames, fisioterapia e acupuntura, Pet Shop, Banho e Tosa, Creche com piscina. | 4,9 estrelas na Avaliação do Google. | Serviços a partir de R\$ 6,00 |
| Vet. Leopoldina | 800m da Dog Keeper's | Clínica especializada, internações em 24h | 4,0 estrelas na Avaliação do Google. | Consulta R\$50,00 |
| Clínica PetSpot | 350m da Dog Keeper's | Clínica veterinária, com foco em day care e estética, onde oferece também serviço de hotelaria. | 4,7 estrelas na Avaliação do Google. | Serviços a partir de R\$40,00 |
| Cobasi Villa Lobos | 2km da Dog Keeper's | Petshop em varejo e atacado. Com serviços de banho e tosa, veterinário próprio. | 4,6 estrelas na Avaliação do Google. | A partir de R\$8,00 |
| Riviera dos Cães | 850m da Dog Keeper's | DayCare, Hospedagem, Veterinário de prontidão e um SPA, tudo exclusivamente para cães. | 4,7 estrelas na Avaliação do Google. | A partir de R\$60,00 |

5.4 Análise de Fornecedores

Com base na análise podemos ver que fizemos as melhores escolhas para os nossos fornecedores, todos tem o mesmo objetivo, entregar o melhor serviço aos seus clientes.

| | Atacadão | Cobasi | PetLove |
|--|--|---|---|
| Histórico da empresa no mercado | - Sua atuação no Brasil está nos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal. Possui mais de 190 lojas de autosserviço ou atacado espalhadas pelo Brasil. | - Sendo pioneira no conceito de shopping para animais, iniciou no ramo de animais domésticos em 1985. Em 2010 era a maior quando já era a maior rede de lojas de pet shop do Brasil, e agora possui 78 lojas de varejo de auto-serviço em sete estados brasileiros. | Em 1999 criou a primeira, e atualmente a maior, versão do e-commerce petshop online. Em 2012, a PetSuperMarket (primeiro nome da empresa) se tornou Petlove. Também foi a primeira empresa do segmento a lançar aplicativo para celular e serviço de assinatura |
| Saúde financeira | - Foi comprado em 2007 pelo Grupo Carrefour por R\$ 2,2 bilhões de reais. - As vendas brutas atingiram R\$ 11,8 bilhões no 2T20, 13,5% superior ao mesmo período do ano anterior. | - Em 2020, o faturamento passou de R\$ 1,5 bilhão, tendo seus canais de venda digitais representando quase 25% do valor total | - Faturou 500 milhões em 2020, sendo este 65% maior que o registrado em 2019 e 60 milhões a mais do que calculado pela companhia. |
| Capacidade de vendas | - Teve um crescimento de 10% nas vendas com relação ao mesmo período do ano passado. - Mais de 10.000 itens, em diversas áreas como: alimentícia, petshop e automotiva, todos com o foco na venda em atacado. | - Mais de 20 mil itens disponíveis para venda, tanto em sua loja virtual, quanto nas lojas físicas. | -15 mil itens no portfólio, podendo ser vendidos também em modelo de assinatura. |

| | Atacadão | Cobasi | PetLove |
|---|---|---|---|
| Nível de adoção de boas práticas | <ul style="list-style-type: none"> - Doou de mil cestas básicas para o Fundo Social de Solidariedade Ribeirão Pires - Ajudou com 7,1 milhões distribuídos entre 27 produtores culturais em 2020 | <ul style="list-style-type: none"> - Ajudou no término da eutanásia em animais saudáveis junto da Zoonoses. - Já realizou a doação de mais de 36.000 e fornece mais de 400 milhões de refeições para cães e gatos - Ajuda em 20 eventos de adoção por fim de semana, realizados por 54 ONGs parceiras. | <ul style="list-style-type: none"> - Tem parceria com 4 ongs, e incentiva seus clientes a fazer doações para elas custeando todo o valor do frete. |

5.5 Modelo Canvas

O Modelo Canvas nos ajudou a ter um melhor entendimento do nosso plano de negócio, deixando os objetivos mais claros.

| | | | | |
|---|--|---|--|---|
| Parcerias Chave <ul style="list-style-type: none"> - Cobasi; - Veterinários; - Locais com produção própria de brinquedos e roupas. | Atividades Chave <ul style="list-style-type: none"> - Day Care; - Veterinário; - Leva e trás. | Ofertas de Valor <ul style="list-style-type: none"> - Respeito; - Trabalho em equipe; - Bem-estar do pet sempre em 1º lugar; | Relacionamento <ul style="list-style-type: none"> - Contato direto com os cuidadores e veterinários. | Segmentos de Clientes <ul style="list-style-type: none"> - Classe A/B; - Donos de pets; - Residentes da Zona Oeste; - Donos ausentes durante o dia. |
| | Recursos Chave <ul style="list-style-type: none"> - Novo segmento na Vila Leopoldina; - Capacitação dos colaboradores. | | Canais <ul style="list-style-type: none"> - Mídias sociais; - Campanhas locais. | |
| Estrutura de Custos <ul style="list-style-type: none"> - Salários; - Marketing; - Segurança. | | | Fontes de Receita <ul style="list-style-type: none"> - Sócios; - Parcerias; - Prestação do serviço. | |

5.6 Análise SWOT

Podemos perceber que o nosso investimento é de um risco mediano, por ser nova no mercado e ter um retorno lento, mas gradativo. O que irá nos manter no mercado é a ótima qualidade de nossos serviços e produtos.

| | |
|--|--|
| <p>S</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negócio com boa rentabilidade; • Poderia vir a ser utilizado por diferentes faixas etárias; • Oferecimento de vários serviços em um único lugar; • Pacote completo. | <p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferecimento de serviços e cuidados de ótima qualidade; • Retorno gradual das atividades econômicas e consequente menor disponibilidades de donos para com os seus animais. • Grande rentabilidade no final do ano causada pela explosão no ramo de viagens. |
| <p>W</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresa nova no mercado; • Concorrência relativamente consolidada e em rápido crescimento; • Grande retrocesso nos últimos tempos pelo aumento do tempo disponível dos donos para com os animais por causa da pandemia | <p>T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baixa rentabilidade no início; • Possibilidade de ser “esmagada” por alguns dos líderes de mercado. |

5.7 4 P's

A elaboração dos 4p's tem como base os nossos produtos, serviços, onde a Dog Keeper's se encontra e como iremos promover tudo.

5.7.1 Produto

- Serviços de Pet Shop;
- Creche;
- Alimentação;
- Petiscos de fabricação própria.



5.7.2 Praça

- Ponto físico
- Sistema Leva e Traz

O Day Care se localiza na Rua Passo da Pátria, 909 – Vila Leopoldina, em uma área de 1000m² com 8 vagas para carros, escritório, ginásio e 9 espaços comerciais, próximo ao Sesi, centros comerciais e vias de acesso.

A Vila Leopoldina é um bairro muito tranquilo e aconchegante da zona oeste de São Paulo para se alugar um imóvel e morar. Fica próximo do Alto de Pinheiros e Alto da Lapa, além de ter fácil acesso para a capital e municípios da região metropolitana, como Osasco e Barueri, por estar pertinho das marginais Tietê e Pinheiros. Além disso, a Vila Leopoldina possui uma estação de trem que leva seu nome e muitas linhas de ônibus que passam pelo bairro diariamente.

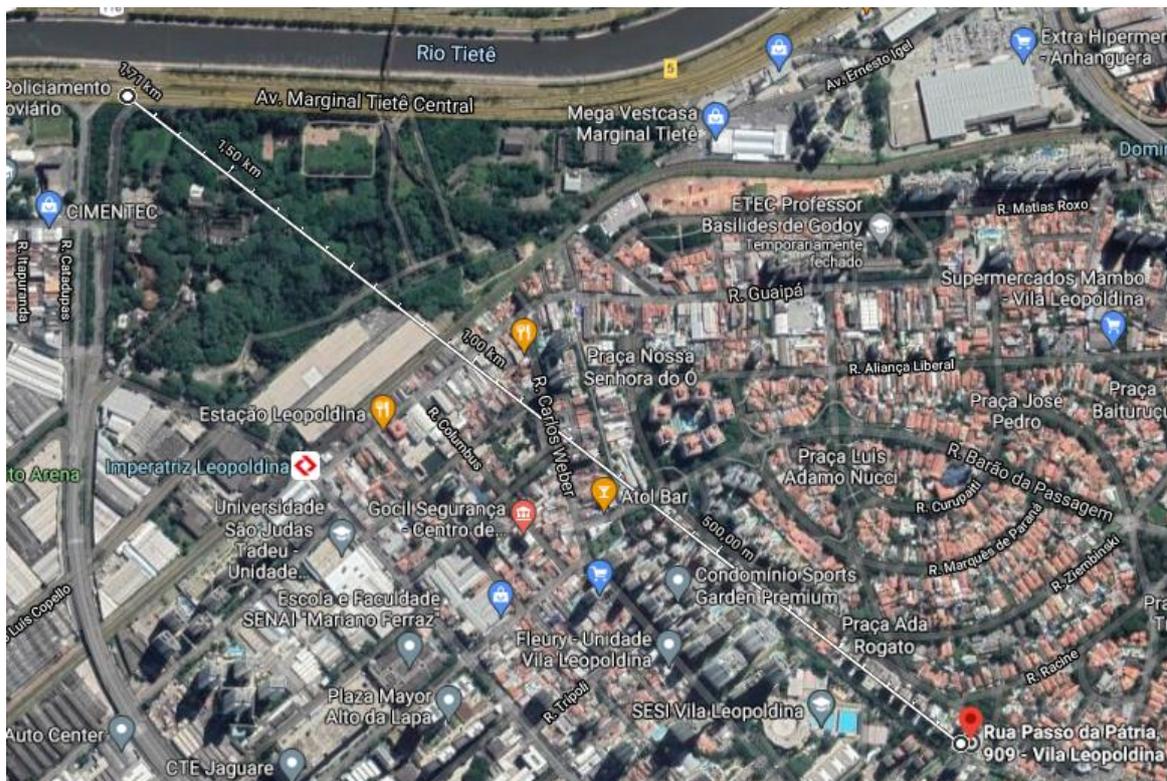
O bairro é um bom ponto de encontro para quem deseja frequentar bares e restaurantes à noite, ou simplesmente passear por ruas muito tranquilas. Na vizinhança estão localizadas algumas empresas, bem como residências e apartamentos do básico ao alto padrão. Por isso, é muito comum encontrar casarões luxuosos em algumas ruas da Vila Leopoldina.

Outro ponto alto de se morar na Vila Leopoldina é que o bairro é muito seguro. Devido aos casarões e às empresas, que elevam a nobreza do bairro, o policiamento não para e está sempre fazendo patrulha ostensiva pelas ruas.

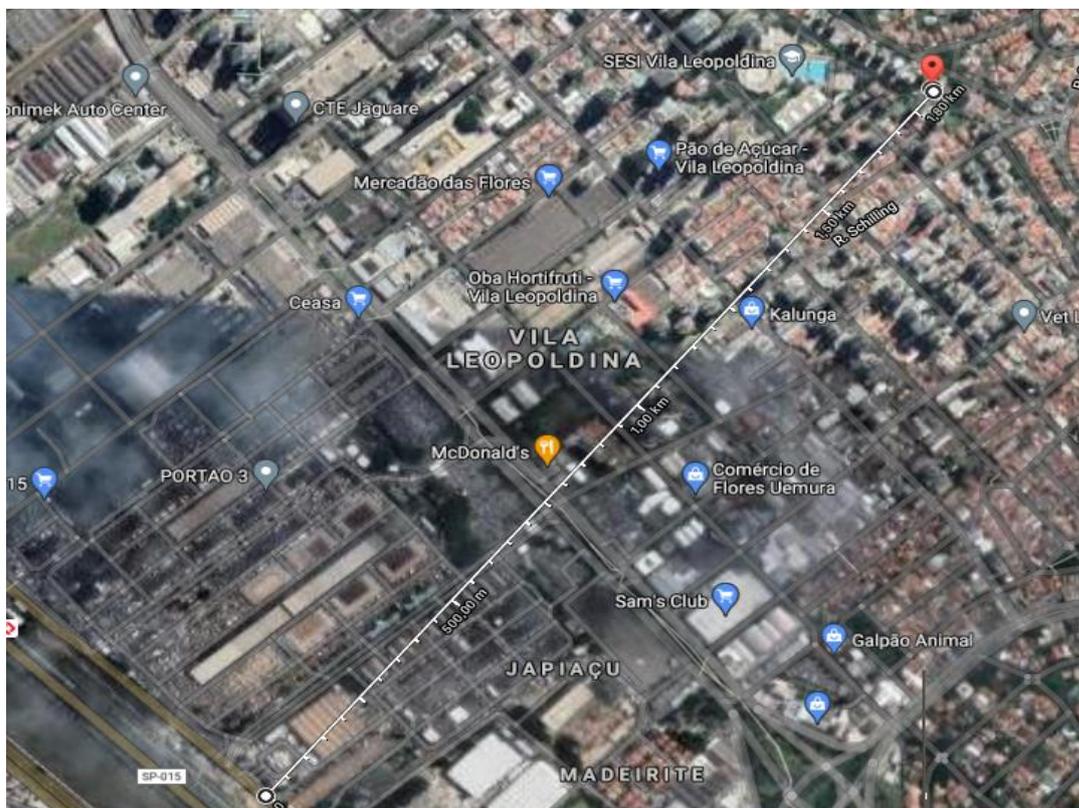
O Alto da Lapa é um endereço privilegiado porque, além de oferecer tranquilidade, está perto de tudo. É fácil passear pelo bairro e encontrar estabelecimentos que são essenciais no dia a dia, a Rua Cerro Corá concentra grande parte das facilidades da região, sendo a principal referência nesse quesito, pois reúne desde lojas de roupa, padarias, escolas e bancos até restaurantes, supermercados e farmácias, além de serviços como chaveiros, postos de gasolina e oficinas mecânicas.

A região ainda conta com dois importantes polos comerciais por perto: os shoppings Villa Lobos e Bourbon, que atendem quem vive ou trabalha na zona oeste.

Distância entre o endereço da Dog Keeper`s e a Marginal do Rio Tietê:

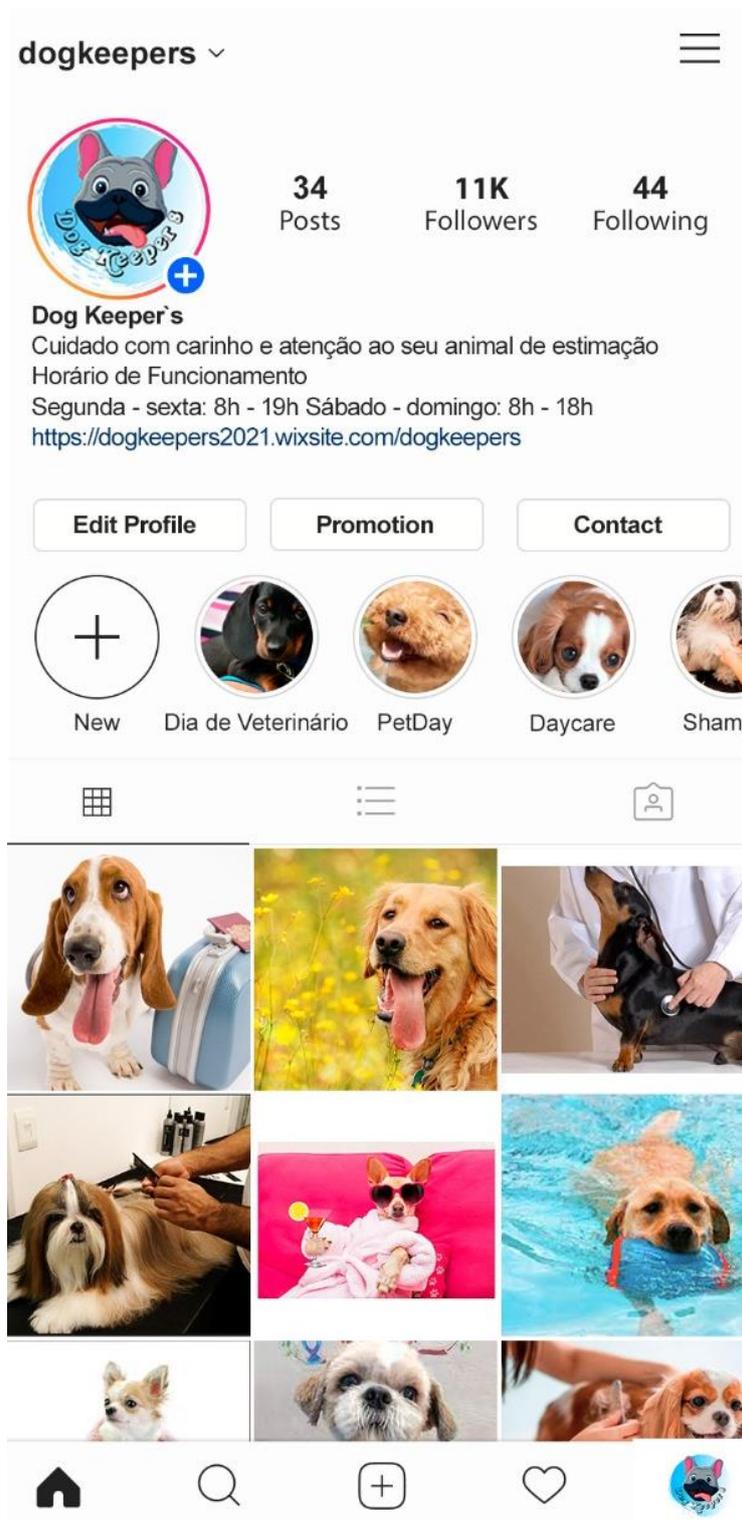


Distância entre o endereço da Dog Keeper`s e a Avenida Dra. Ruth Cardoso:



5.7.3 Promoção

- Marketing digital
- Dia experimental
- Day off



Instagram

You luisamell cobasi petlove pet

dogkeepers



Liked by cobasi and others

Hora do dengo aqui na Dog Keeper's #doglove...more

View all comments

Add a comment...

99 87

Home Search Post Add Heart Profile

5.7.4 Preço

- Alta demanda para classe média/alta
- Plano conforme a necessidade do cliente

Teremos diárias, semanal, mensal e anual, dando ao cliente a melhor opção para a necessidade do seu dia a dia.

Com bases nos valores dos concorrentes que atuam neste mercado e o custo da nossa produção, estipulamos um valor que se adeque as necessidades operacionais e de lucro.

O valor de R\$ 50,00 entra na casa de preço médio que pode ser observado pelos concorrentes, Riviera dos Cães, Cani&Cats e Clínica PetSpot.

6 PLANO FINANCEIRO

O investimento inicial será de R\$ 1.000.000,00 de capital próprio de 4 sócios, tendo como ativo os móveis, equipamentos, reforma e uniformes, dando um valor total de R\$ 173.070,68 em ativos e R\$ 94.842,94 em passivos.

| ATIVOS | | | |
|--------------------------------|-------------------|-----------------------|-----------------------|
| Moveis | Quantidade | Valor Unitário | Valor Total |
| Colchonete | 200 | R\$ 143,91 | R\$ 28.782,00 |
| Comedouro | 200 | R\$ 25,00 | R\$ 5.000,00 |
| Brinquedos | 150 | R\$ 11,20 | R\$ 1.680,00 |
| Playground | 1 | R\$ 1.231,12 | R\$ 1.231,12 |
| Armário | 1 | R\$ 290,00 | R\$ 290,00 |
| Cadeira | 5 | R\$ 160,00 | R\$ 800,00 |
| Lixeira | 4 | R\$ 10,00 | R\$ 40,00 |
| Armário copa | 1 | R\$ 250,00 | R\$ 250,00 |
| Mesa copa | 1 | R\$ 260,00 | R\$ 260,00 |
| Frigobar | 1 | R\$ 750,00 | R\$ 750,00 |
| Filtro | 1 | R\$ 250,00 | R\$ 250,00 |
| Equipamentos | | | |
| Lenovo Ideapad 330 | 2 | R\$ 2.599,00 | R\$ 5.198,00 |
| Impressora Epson EcoTank L3150 | 1 | R\$ 1.000,00 | R\$ 1.000,00 |
| Telefone Intelbras Pleno Preto | 2 | R\$ 39,90 | R\$ 79,80 |
| Fogão industrial com forno | 1 | R\$ 1.150,00 | R\$ 1.150,00 |
| Frezzer | 1 | R\$ 1.899,00 | R\$ 1.899,00 |
| Geladeira | 1 | R\$ 2.450,00 | R\$ 2.450,00 |
| Van Ford Transit | 1 | R\$ 63.500,00 | R\$ 63.500,00 |
| Uniformes | | | |
| Camiseta polo customizada | 80 | R\$ 54,90 | R\$ 4.392,00 |
| Reforma | | | |
| Mão de obra | 1 | R\$ 1.700,00 | R\$ 1.700,00 |
| Vidros | 3 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 |
| Pintura | 1 | R\$ 450,00 | R\$ 450,00 |
| Piso emborrachado | 600 | R\$ 65,71 | R\$ 39.426,00 |
| Aluguel de Espaço | | | |
| Espaços | 1 | R\$ 10.000,00 | R\$ 10.000,00 |
| Papelaria | | | |
| 500fl. Papel A4 | 2 | R\$ 105,00 | R\$ 210,00 |
| Caixa clips | 2 | R\$ 13,30 | R\$ 26,60 |
| Caixa de Canetas | 4 | R\$ 33,60 | R\$ 134,40 |
| Carimbos | 4 | R\$ 19,19 | R\$ 76,76 |
| Tintas para Carimbo | 2 | R\$ 22,50 | R\$ 45,00 |
| TOTAL | 1274 | R\$ 90.483,33 | R\$ 173.070,68 |

| PASSIVOS | |
|---|----------------------|
| Água, Luz | Valor |
| Água | R\$ 1.389,85 |
| Luz | R\$ 1.000,00 |
| Vivi Fibra 300mega | R\$ 139,99 |
| Vivo Fixo Ilimitado Brasil | R\$ 49,99 |
| Sistema operacional | |
| Empresa: Bling (Plano Mercúrio) Domínio: www.dogkeepers.com.br | R\$ 75,00 |
| E-mail Corporativo e Armazenamento: | |
| One Drive – Microsoft 365 Business Standard | R\$ 59,00 |
| Fornecedores | |
| Cobasi | R\$ 11.014,20 |
| Petlove | R\$ 10.677,50 |
| Atacadão | R\$ 1.510,37 |
| Aluguel e Impostos | |
| Aluguel + IPTU | R\$ 39.000,00 |
| Impostos (INSS+FGTS) | R\$ 4.745,81 |
| Contas a Pagar | Mensal |
| Salários | R\$ 24.688,47 |
| Água | R\$ 1.389,85 |
| Luz | R\$ 1.000,00 |
| Telefone + Internet | R\$ 189,98 |
| Sistemas | R\$ 134,00 |
| Fornecedores | R\$ 23.202,07 |
| Papelaria do Escritório | R\$ 492,76 |
| Aluguel e IPTU | R\$ 39.000,00 |
| Impostos (INSS+FGTS) | R\$ 4.745,81 |
| TOTAL | R\$ 94.842,94 |

4.3 Custos dos produtos

- Petiscos:** Cada receita produz 6 petiscos, tendo seu custo unitário de R\$ 0,96 para o de maçã e R\$ 0,79 para o de banana. Para uma produção de 600 petiscos, teria um custo total de R\$ 525,00 e com um Markup de R\$ 4,00 para cada petisco e a projeção de vendas na mesma quantidade da produção teríamos um valor total em projeção de R\$ 2.925,00.

| PETISCO DE MAÇÃ | | |
|-----------------------|-------------------|-----------------|
| ITEM | QUANTIDADE | PREÇO |
| Aveia em flocos finos | 165g | R\$ 0,87 |
| Farinha de Arroz | 165g | R\$ 0,41 |
| Mel | 15ml | R\$ 2,23 |
| Ovo | 1 | R\$ 0,54 |
| Maça triturada | 2 | R\$ 1,40 |
| Gás | 15min | R\$ 0,30 |
| TOTAL | 6 petiscos | R\$ 5,75 |
| Custo unitário | 1 | R\$ 0,96 |
| Markup | | R\$ 4,00 |
| Preço final | 1 | R\$ 4,96 |
| Projeção de Receita | 300 | R\$ 1.487,50 |

| PETISCO DE BANANA | | |
|-----------------------|-------------------|-----------------|
| ITEM | QUANTIDADE | PREÇO |
| Aveia em flocos finos | 165g | R\$ 0,87 |
| Farinha de Arroz | 165g | R\$ 0,41 |
| Mel | 15ml | R\$ 2,23 |
| Ovo | 1 | R\$ 0,54 |
| Banana Prata | 2 | R\$ 0,40 |
| Gás | 1 | R\$ 0,30 |
| TOTAL | 6 petiscos | R\$ 4,75 |
| Custo unitário | 1 | R\$ 0,79 |
| Markup | | R\$ 4,00 |
| Preço final | 1 | R\$ 4,79 |
| Projeção de Receita | 300 | R\$ 1.437,50 |

| | |
|--------------------|-------------------|
| Custo Maça | R\$ 287,50 |
| Custo Banana | R\$ 237,50 |
| Custo Total | R\$ 525,00 |

Trabalharemos com pacotes para porte pequeno e médio, sendo eles diárias, semanal, mensal ou anual, com essas opções o cliente tem a liberdade de contratar o pacote mais conveniente e relevante a sua rotina.

- **Preço da Diária:** Para o preço da diária temos como base os utensílios para higiene, para alimentação e o porte do cachorro. Com isso o custo de um cachorro de porte pequeno em uma diária é de R\$ 6,27 e de porte médio é de R\$ 9,97. Tendo assim uma projeção de 40 pets, o custo total em uma diária será de R\$ 324,96 e o valor total de vendas de R\$ 2.124,96.

| PORTE PEQUENO | | |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| ITEM | QUANT./DIA | VALOR |
| Água | 1L | R\$ 0,01 |
| Ração | 155g/dia | R\$ 1,47 |
| Petisco Maça | 2 | R\$ 1,75 |
| Compressa de Gaze | 10 | R\$ 0,58 |
| Cotonete | 2 | R\$ 0,09 |
| Escova de dente descartável | 1 | R\$ 2,37 |
| Custo Unitário | 1 | R\$ 6,27 |
| Custo Total | 20 | R\$ 125,48 |
| Markup | | R\$ 40,00 |
| Preço final | 1 | R\$ 46,27 |
| Projeção de Receita | 20 | R\$ 925,48 |

| PORTE MÉDIO | | |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| ITEM | QUANT./DIA | VALOR |
| Água | 1L | R\$ 0,01 |
| Ração | 320g/dia | R\$ 3,04 |
| Petisco | 4 | R\$ 3,50 |
| Compressa de Gaze | 15 | R\$ 0,87 |
| Cotonete | 4 | R\$ 0,18 |
| Escova de dente descartável | 1 | R\$ 2,37 |
| Custo unitário | 1 | R\$ 9,97 |
| Custo Total | 20 | R\$ 199,48 |
| Markup | | R\$ 50,00 |
| Preço final | 1 | R\$ 59,97 |
| Projeção de Receita | 20 | R\$ 1.199,48 |

| | |
|---------------------|---------------------|
| Pequeno | R\$ 125,48 |
| Médio | R\$ 199,48 |
| Custo total | R\$ 324,96 |
| Custo mensal | R\$ 9.748,80 |

- **Preço do Semanal:** O pacote semanal conta com os setes dias da semana. O custo de um cachorro de porte pequeno é de R\$ 44,47 e do porte médio de R\$ 67,16, com uma projeção de 40 pets teremos um custo total semanal de R\$ 2.232,60 e um total de vendas de R\$ 15.232,60.

| PORTE PEQUENO | | |
|-----------------------------|--------------|------------|
| ITEM | QUANT./7DIAS | VALOR |
| Água | 7L | R\$ 0,10 |
| Ração | 1,085kg | R\$ 10,84 |
| Petisco | 14 | R\$ 12,25 |
| Compressa de Gaze | 70 | R\$ 4,06 |
| Cotonete | 14 | R\$ 0,63 |
| Escova de dente descartável | 7 | R\$ 16,59 |
| Custo unitário | 1 | R\$ 44,47 |
| Custo Total | 20 | R\$ 889,40 |

| | | |
|---------------------|----|--------------|
| Markup | | R\$ 300,00 |
| Preço final | 1 | R\$ 344,47 |
| Projeção de Receita | 20 | R\$ 6.889,40 |

| PORTE MÉDIO | | |
|-----------------------------|--------------|--------------|
| ITEM | QUANT./7DIAS | VALOR |
| Água | 7L | R\$ 0,10 |
| Ração | 2.240kg | R\$ 22,39 |
| Petisco | 24 | R\$ 21,00 |
| Compressa de Gaze | 105 | R\$ 5,99 |
| Cotonete | 24 | R\$ 1,09 |
| Escova de dente descartável | 70 | R\$ 16,59 |
| Custo unitário | 1 | R\$ 67,16 |
| Custo Total | 20 | R\$ 1.343,20 |

| | | |
|---------------------|----|--------------|
| Markup | | R\$ 350,00 |
| Preço final | 1 | R\$ 417,16 |
| Projeção de Receita | 20 | R\$ 8.343,20 |

| | |
|--------------|--------------|
| Pequeno | R\$ 889,40 |
| Médio | R\$ 1.343,20 |
| Custo | R\$ 2.232,60 |
| Custo mensal | R\$ 8.930,40 |

- **Preço Mensal:** O pacote mensal conta com os 30 dias do mês, todos os dias da semana. O custo de um cachorro de porte pequeno é de R\$ 148,82 e do porte médio de R\$ 259,62, com uma projeção de 40 pets teremos um custo total mensal de R\$ 8.168,80 e um total de vendas de R\$ 52.168,80.

| PORTE PEQUENO | | |
|-----------------------------|------------|--------------|
| ITEM | QUANT./MÊS | VALOR |
| Água | 30L | 0,42 |
| Ração | 4,650kg | 44,1 |
| Petisco | 60 | 52,5 |
| Compressa de Gaze | 300 | 17,4 |
| Cotonete | 60 | 2,7 |
| Escova de dente descartável | 30 | 31,7 |
| Custo unitário | 1 | R\$ 148,82 |
| Custo Total | 20 | R\$ 2.976,40 |

| | | |
|---------------------|----|---------------|
| Markup | | R\$ 1.000,00 |
| Preço final | 1 | R\$ 1.148,82 |
| Projeção de Receita | 20 | R\$ 22.976,40 |

| PORTE MÉDIO | | |
|-----------------------------|------------|--------------|
| ITEM | QUANT./MÊS | VALOR |
| Água | 30L | 0,42 |
| Ração | 9,600kg | 91 |
| Petisco | 120 | 105 |
| Compressa de Gaze | 450 | 26,1 |
| Cotonete | 120 | 5,4 |
| Escova de dente descartável | 30 | 31,7 |
| Custo unitário | 1 | R\$ 259,62 |
| Custo total | 20 | R\$ 5.192,40 |

| | | |
|---------------------|----|---------------|
| Markup | | R\$ 1.200,00 |
| Preço final | 1 | R\$ 1.459,62 |
| Projeção de Receita | 20 | R\$ 29.192,40 |

| | |
|--------------|--------------|
| Pequeno | R\$ 2.976,40 |
| Médio | R\$ 5.192,40 |
| Custo mensal | R\$ 8.168,80 |

- **Preço Anual:** O pacote anual conta com todos os 365 dias do ano. O custo anual de um cachorro de porte pequeno é de R\$ 2.290,64 e do porte médio de R\$ 3.640,51, com uma projeção de 40 pets teremos um custo total anual de R\$ 118.623,00 e um total de vendas de R\$ 618.623,00 que mensalmente será um valor de R\$ 51.551,92.

| PORTE PEQUENO | | |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| ITEM | QUANT./ANO | VALOR |
| Água | 365L | R\$ 5,11 |
| Ração | 56,575kg | R\$ 537,18 |
| Petisco | 730 | R\$ 638,75 |
| Compressa de Gaze | 3.650 | R\$ 211,70 |
| Cotonete | 730 | R\$ 32,85 |
| Escova de dente descartável | 365 | R\$ 865,05 |
| Custo unitário | 1 | R\$ 2.290,64 |
| Custo total | 20 | R\$ 45.812,80 |

| | | |
|---------------------|----|----------------|
| Markup | | R\$ 10.000,00 |
| Preço final | 1 | R\$ 12.290,64 |
| Projeção de Receita | 20 | R\$ 245.812,80 |

| PORTE MÉDIO | | |
|-----------------------------|------------|----------------------|
| ITEM | QUANT./ANO | VALOR |
| Água | 365L | R\$ 5,11 |
| Ração | 116,800kg | R\$ 1.109,60 |
| Petisco | 1.460 | R\$ 1.277,50 |
| Compressa de Gaze | 5.475 | R\$ 317,55 |
| Cotonete | 1.460 | R\$ 65,70 |
| Escova de dente descartável | 365 | R\$ 865,05 |
| Custo unitário | 1 | R\$ 3.640,51 |
| Custo total | 20 | R\$ 72.810,20 |

| | | |
|---------------------|----|----------------|
| Markup | | R\$ 15.000,00 |
| Preço final | 1 | R\$ 18.640,51 |
| Projeção de Receita | 20 | R\$ 372.810,20 |

| | |
|---------------------|-----------------------|
| Pequeno | R\$ 45.812,80 |
| Médio | R\$ 72.810,20 |
| Custo anual | R\$ 118.623,00 |
| Custo mensal | R\$ 9.885,25 |

4.4 Depreciação dos equipamentos

| ITEM | VALOR INICIAL | TAXA DE DEPRECIAÇÃO ANUAL | VIDA ÚTIL | DEPRECIAÇÃO ANUAL | DEPRECIAÇÃO MENSAL |
|--------------------------------|----------------------|---------------------------|-----------|----------------------|---------------------|
| Colchonete | R\$ 143,91 | 20% | 5 | R\$ 28,78 | R\$ 2,40 |
| Comedouro | R\$ 63,50 | 10% | 10 | R\$ 6,35 | R\$ 0,53 |
| Brinquedos | R\$ 11,20 | 50% | 2 | R\$ 5,60 | R\$ 0,47 |
| Playground | R\$ 1.231,12 | 10% | 10 | R\$ 123,11 | R\$ 10,26 |
| Armário | R\$ 290,00 | 10% | 10 | R\$ 29,00 | R\$ 2,42 |
| Cadeira | R\$ 160,00 | 10% | 10 | R\$ 16,00 | R\$ 1,33 |
| Lixeira | R\$ 10,00 | 10% | 10 | R\$ 1,00 | R\$ 0,08 |
| Armário copa | R\$ 250,00 | 10% | 10 | R\$ 25,00 | R\$ 2,08 |
| Mesa copa | R\$ 260,00 | 10% | 10 | R\$ 26,00 | R\$ 2,17 |
| Frigobar | R\$ 750,00 | 10% | 10 | R\$ 75,00 | R\$ 6,25 |
| Filtro | R\$ 250,00 | 10% | 10 | R\$ 25,00 | R\$ 2,08 |
| Lenovo Ideapad 330 | R\$ 2.599,00 | 20% | 5 | R\$ 519,80 | R\$ 43,32 |
| Impressora Epson EcoTank | R\$ 1.000,00 | 20% | 5 | R\$ 200,00 | R\$ 16,67 |
| Telefone Intelbras Pleno Preto | R\$ 39,90 | 10% | 10 | R\$ 3,99 | R\$ 0,33 |
| Fogão industrial com forno | R\$ 1.150,00 | 10% | 10 | R\$ 115,00 | R\$ 9,58 |
| Frezzer | R\$ 1.899,00 | 10% | 10 | R\$ 189,90 | R\$ 15,83 |
| Geladeira | R\$ 2.450,00 | 10% | 10 | R\$ 245,00 | R\$ 20,42 |
| Van Ford Transit | R\$ 63.500,00 | 25% | 4 | R\$ 15.875,00 | R\$ 1.322,92 |
| Piso emborrachado | R\$ 65,71 | 10% | 10 | R\$ 6,57 | R\$ 0,55 |
| TOTAL | R\$ 76.123,34 | | | R\$ 17.516,11 | R\$ 1.459,68 |

4.5 Folha de Pagamento

Em nossa folha de pagamento contaremos com os cuidadores para a segurança, bem-estar e recreação do pet, o veterinário para um acompanhamento regular, o cozinheiro e os seus ajudantes para uma ótima alimentação, o pessoal da limpeza para um local mais higienizado, o motorista e seu ajudante do leva e traz, a recepcionista para um controle de entrada a nossa creche e os adestradores para os pets mais levados. Com isso temos um total de R\$ 24.688,47 em salários, R\$ 2.770,73 em INSS e R\$ 1.975,08 em FGTS.

Tabela referente aos salários sem o desconto do INSS:

| CARGO | QUANTIDADE | SALÁRIO BASE | TOTAL |
|-----------------------|------------|--------------|---------------|
| Cuidadores | 6 | R\$ 1.300,00 | R\$ 7.800,00 |
| Veterinários | 1 | R\$ 5.988,00 | R\$ 5.988,00 |
| Cozinheiro | 1 | R\$ 1.800,00 | R\$ 1.800,00 |
| Ajudante de cozinha | 2 | R\$ 1.300,00 | R\$ 2.600,00 |
| Limpeza | 2 | R\$ 1.170,00 | R\$ 2.340,00 |
| Motorista | 1 | R\$ 1.660,20 | R\$ 1.660,20 |
| Ajudante do motorista | 1 | R\$ 1.300,00 | R\$ 1.300,00 |
| Recepcionista | 1 | R\$ 1.171,00 | R\$ 1.171,00 |
| Adestrador | 2 | R\$ 1.400,00 | R\$ 2.800,00 |
| | | | R\$ 27.459,20 |

Tabela referente aos INSS total:

| CARGO | INSS | | |
|-----------------------|------|------------|--------------|
| Cuidadores | 9% | R\$ 117,00 | R\$ 702,00 |
| Veterinários | 14% | R\$ 838,32 | R\$ 838,32 |
| Cozinheiro | 9% | R\$ 162,00 | R\$ 162,00 |
| Ajudante de cozinha | 9% | R\$ 117,00 | R\$ 234,00 |
| Limpeza | 9% | R\$ 105,30 | R\$ 210,60 |
| Motorista | 9% | R\$ 149,42 | R\$ 149,42 |
| Ajudante do motorista | 9% | R\$ 117,00 | R\$ 117,00 |
| Recepcionista | 9% | R\$ 105,39 | R\$ 105,39 |
| Adestrador | 9% | R\$ 126,00 | R\$ 252,00 |
| | | | R\$ 2.770,73 |

Tabela referente ao FGTS:

| CARGO | SALÁRIO LÍQUIDO | TOTAL | FGTS | | TOTAL |
|-----------------------|------------------------|---------------|-------------|------------|--------------|
| Cuidadores | R\$ 1.183,00 | R\$ 7.098,00 | 8% | R\$ 94,64 | R\$ 567,84 |
| Veterinários | R\$ 5.149,68 | R\$ 5.149,68 | 8% | R\$ 411,97 | R\$ 411,97 |
| Cozinheiro | R\$ 1.638,00 | R\$ 1.638,00 | 8% | R\$ 131,04 | R\$ 131,04 |
| Ajudante de cozinha | R\$ 1.183,00 | R\$ 2.366,00 | 8% | R\$ 94,64 | R\$ 189,28 |
| Limpeza | R\$ 1.064,70 | R\$ 2.129,40 | 8% | R\$ 85,18 | R\$ 170,35 |
| Motorista | R\$ 1.510,78 | R\$ 1.510,78 | 8% | R\$ 120,86 | R\$ 120,86 |
| Ajudante do motorista | R\$ 1.183,00 | R\$ 1.183,00 | 8% | R\$ 94,64 | R\$ 94,64 |
| Recepcionista | R\$ 1.065,61 | R\$ 1.065,61 | 8% | R\$ 85,25 | R\$ 85,25 |
| Adestrador | R\$ 1.274,00 | R\$ 2.548,00 | 8% | R\$ 101,92 | R\$ 203,84 |
| | | R\$ 24.688,47 | | | R\$ 1.975,08 |

4.6 Ponto de Equilíbrio

Observamos que para alcançar o nosso ponto de equilíbrio de R\$ 207.041,58 é preciso vender em média 30 contratos de cada pacote sendo eles as diárias, semanais, mensal e anual.

| Projeção de vendas/mês | Por ano |
|-------------------------------|------------------|
| R\$ 231.324,92 | R\$ 2.775.899,04 |

| Custos | Valor |
|-------------------------------|-----------------------|
| Custos - Petiscos | R\$ 525,00 |
| Custos - Diária | R\$ 9.748,80 |
| Custos - Semanal | R\$ 8.930,40 |
| Custos - Mensal | R\$ 8.168,80 |
| Custos - Anual | R\$ 9.885,25 |
| Total | R\$ 37.258,25 |
| Margem de contribuição | R\$ 121.592,88 |
| Custos/Despesas fixas | |
| Aluguel | R\$ 35.000,00 |
| Água | R\$ 1.389,85 |
| Energia elétrica | R\$ 1.000,00 |
| Salários | R\$ 24.688,47 |
| Internet e telefone | R\$ 189,98 |
| Depreciação | R\$ 1.459,68 |
| Impostos | R\$ 4.000,00 |
| INSS | R\$ 2.770,73 |
| Vale Transporte | R\$ - |
| FGTS | R\$ 1.975,08 |
| subtotal | R\$ 72.473,79 |
| TOTAL GERAL | R\$ 109.732,04 |

| | |
|-----------|----------------|
| PE | R\$ 207.041,58 |
|-----------|----------------|

4.7 Fluxo de Caixa

| | | FEVEREIRO | MARÇO | ABRIL | MAIO |
|-----------------|--------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | Previsto | Previsto | Previsto | Previsto |
| entradas | vendas à vista | R\$ 100.000,00 | R\$ 126.359,00 | R\$ 152.718,00 | R\$ 179.077,00 |
| | a prazo | R\$ 60.000,00 | R\$ 79.346,00 | R\$ 98.692,00 | R\$ 118.038,00 |
| | a receber | R\$ 30.000,00 | R\$ 44.680,00 | R\$ 59.360,00 | R\$ 74.040,00 |
| | subtotal | R\$ 190.000,00 | R\$ 250.385,00 | R\$ 310.770,00 | R\$ 371.155,00 |
| saídas | salários | R\$ 24.688,47 | R\$ 24.688,47 | R\$ 24.688,47 | R\$ 24.688,47 |
| | água, luz, telefone e sistemas | R\$ 2.713,83 | R\$ 2.713,83 | R\$ 2.713,83 | R\$ 2.713,83 |
| | fornecedores | R\$ 23.202,07 | R\$ 23.202,07 | R\$ 23.202,07 | R\$ 23.202,07 |
| | aluguel | R\$ 35.000,00 | R\$ 35.000,00 | R\$ 35.000,00 | R\$ 35.000,00 |
| | Imposto, INSS e FGTS | R\$ 8.745,81 | R\$ 8.745,81 | R\$ 8.745,81 | R\$ 8.745,81 |
| | subtotal | R\$ 94.350,18 | R\$ 94.350,18 | R\$ 94.350,18 | R\$ 94.350,18 |
| | saldo | R\$ 95.649,82 | R\$ 156.034,82 | R\$ 216.419,82 | R\$ 276.804,82 |

| | | JUNHO | JULHO | AGOSTO | SETEMBRO |
|-----------------|--------------------------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| | | Previsto | Previsto | Previsto | Previsto |
| entradas | vendas à vista | R\$ 205.436,00 | R\$ 231.795,00 | R\$ 258.154,00 | R\$ 284.513,00 |
| | a prazo | R\$ 137.384,00 | R\$ 156.730,00 | R\$ 176.076,00 | R\$ 195.422,00 |
| | a receber | R\$ 88.720,00 | R\$ 103.400,00 | R\$ 118.080,00 | R\$ 132.760,00 |
| | subtotal | R\$ 431.540,00 | R\$ 491.925,00 | R\$ 552.310,00 | R\$ 612.695,00 |
| saídas | salários | R\$ 24.688,47 | R\$ 24.688,47 | R\$ 24.688,47 | R\$ 24.688,47 |
| | água, luz, telefone e sistemas | R\$ 2.713,83 | R\$ 2.713,83 | R\$ 2.713,83 | R\$ 2.713,83 |
| | fornecedores | R\$ 23.202,07 | R\$ 23.202,07 | R\$ 23.202,07 | R\$ 23.202,07 |
| | aluguel | R\$ 35.000,00 | R\$ 35.000,00 | R\$ 35.000,00 | R\$ 35.000,00 |
| | Imposto, INSS e FGTS | R\$ 8.745,81 | R\$ 8.745,81 | R\$ 8.745,81 | R\$ 8.745,81 |
| | subtotal | R\$ 94.350,18 | R\$ 94.350,18 | R\$ 94.350,18 | R\$ 94.350,18 |
| | saldo | R\$ 337.189,82 | R\$ 397.574,82 | R\$ 457.959,82 | R\$ 518.344,82 |

| | | OUTUBRO | NOVEMBRO | DEZEMBRO |
|-----------------|--------------------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| | | Previsto | Previsto | Previsto |
| entradas | vendas à vista | R\$ 310.872,00 | R\$ 337.231,00 | R\$ 363.590,00 |
| | a prazo | R\$ 214.768,00 | R\$ 234.114,00 | R\$ 253.460,00 |
| | a receber | R\$ 147.440,00 | R\$ 162.120,00 | R\$ 176.800,00 |
| | subtotal | R\$ 673.080,00 | R\$ 733.465,00 | R\$ 793.850,00 |
| saídas | salários | R\$ 24.688,47 | R\$ 24.688,47 | R\$ 24.688,47 |
| | água, telefone, luz e sistemas | R\$ 2.713,83 | R\$ 2.713,83 | R\$ 2.713,83 |
| | fornecedores | R\$ 23.202,07 | R\$ 23.202,07 | R\$ 23.202,07 |
| | aluguel | R\$ 35.000,00 | R\$ 35.000,00 | R\$ 35.000,00 |
| | Imposto, INSS e FGTS | R\$ 8.745,81 | R\$ 8.745,81 | R\$ 8.745,81 |
| | subtotal | R\$ 94.350,18 | R\$ 94.350,18 | R\$ 94.350,18 |
| | saldo | R\$ 578.729,82 | R\$ 639.114,82 | R\$ 699.499,82 |

- Livro Caixa

| Livro caixa | | | | |
|-------------|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Data | Histórico | Débito (entradas) | Crédito (Saída) | Saldo |
| 06/02/2020 | Saldo em caixa | | | R\$ 95.649,82 |
| 06/02/2020 | Depósito do FGTS | | R\$ 1.975,08 | R\$ 93.674,74 |
| 07/02/2020 | Deposito bancário referente ao pagamento dos funcionários | | R\$ 24.688,47 | R\$ 68.986,27 |
| 08/02/2020 | Fornecedores | | R\$ 23.202,07 | R\$ 45.784,20 |
| 10/02/2020 | Pagamento do aluguel | | R\$ 35.000,00 | R\$ 10.784,20 |
| 12/02/2020 | vendas do dia | R\$ 49.658,86 | | R\$ 60.443,06 |
| 18/02/2020 | Pagamento da água | | R\$ 1.389,85 | R\$ 59.053,21 |
| 20/02/2020 | Pagamento da energia elétrica | | R\$ 1.000,00 | R\$ 58.053,21 |
| 20/02/2020 | Pagamento da conta de internet | | R\$ 189,98 | R\$ 57.863,23 |
| 27/02/2020 | vendas do dia | R\$ 69.102,32 | | R\$ 126.965,55 |
| 27/02/2020 | Pagamento dos impostos | | R\$ 8.745,81 | R\$ 118.219,74 |
| 28/02/2020 | Fornecedores | | R\$ 23.202,07 | R\$ 95.017,67 |
| 28/02/2020 | Vendas do dia | R\$ 71.238,82 | | R\$ 166.256,49 |
| | | | | |
| | | | Saldo do mês | R\$ 70.606,67 |
| | | | Saldo anterior | R\$ 95.649,82 |
| | | | Saldo total | R\$ 166.256,49 |

6.6 DRE- Demonstrativo de Resultado e Exercício

Em nosso demonstrativo percebe-se que tem um bom resultado líquido de R\$ 87.318,83.

| | | |
|---|-------------------------------|------------|
| + | Receita de Vendas | |
| | R\$ | 231.324,92 |
| - | Deduções e Impostos | |
| | R\$ | 19.544,58 |
| = | Receita Líquida | |
| | R\$ | 211.780,34 |
| - | Custo Variável | |
| | R\$ | 37.258,25 |
| = | Margem Bruta | |
| | R\$ | 174.522,09 |
| - | Despesas Variáveis | |
| | R\$ | 12.570,00 |
| = | Margem de contribuição | |
| | R\$ | 161.952,09 |
| - | Gastos com Pessoal | |
| | R\$ | 29.434,28 |
| - | Despesas operacionais | |
| | R\$ | 41.713,83 |
| = | EBITDA | |
| | R\$ | 90.803,98 |
| - | Depreciação | |
| | R\$ | 1.459,68 |
| = | Resultado Operacional | |
| | R\$ | 89.344,30 |
| - | Tributos (IRPJ e CSLL) | |
| | R\$ | 2.025,47 |
| = | Resultado Líquido | |
| | R\$ | 87.318,83 |

6.7 Balanço Patrimonial

Com total em ativos de R\$ 471.429,81 e um total em passivos de R\$ 113.894,76, temos um patrimônio líquido de R\$ 357.535,05.

| Balanço Patrimonial | | | |
|----------------------------|----------------|---------------------------|----------------|
| Ativo | | Passivo | |
| Circulante | | Circulante | |
| Caixa e bancos | R\$ 118.851,89 | Fornecedores | R\$ 23.202,07 |
| Vendas | R\$ 190.000,00 | Impostos | R\$ 19.544,58 |
| - | - | Salário | R\$ 29.434,28 |
| Não Circulante | | Contas | R\$ 41.713,83 |
| Imobilizado | R\$ 162.577,92 | Não circulante | |
| - | - | - | - |
| - | - | Patrimônio Líquido | R\$ 357.535,05 |
| - | - | - | - |
| Total Ativo | R\$ 471.429,81 | Total Passivo | R\$ 113.894,76 |

6.7.1 Retorno de investimento

Com base no Resultado Líquido do DRE e em nosso Capital Inicial de R\$ 1.000.000,00 podemos perceber que se terá um retorno de 9%.

| Retorno de Capital | |
|---------------------------|----------|
| Resultado Líquido | Retorno |
| R\$ 87.318,83 | R\$ 0,09 |
| | 9% |

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no estudo, observou-se que seria um processo lento, mas lucrativo. Outro processo seria com os fornecedores, onde eles locariam um espaço para a venda de seus produtos ou serviço voltado para cães, dentro de nossos espaços. Verificaríamos a disponibilidade e locaríamos. O local escolhido contém espaços comerciais, para que com o tempo a Dog Keeper's se torne uma grande rede voltada aos cuidados de animais domésticos.

Como apresentado nos dados estatísticos, percebemos que temos muitos animais domésticos que passam uma carga horária muito grande, sozinhos, e os donos têm pouco tempo disponível por conta do trabalho. Sendo assim um bom gerenciamento de processos bem elaborado faria a diferença na vida desses animais.

Enxergamos no negócio uma enorme expansão no mercado, e para isso trabalharemos da melhor forma para sanar todas e quaisquer dúvidas dos clientes sobre o novo segmento, e iremos considerar todas as suas preocupações.

6 REFERENCIAS

<https://www.vivareal.com.br/imovel/galpao-deposito-armazem-vila-leopoldina-zona-oeste-sao-paulo-1000m2-aluguel-RS35000-id-2450900539/>

<https://app.startse.com/artigos/petlove-como-a-startup-que-nasceu-como-petshop-online-virou-sucesso>

http://abinpet.org.br/infos_gerais/

Petlovers

Cobasi

Atacadão

Americanas

<https://www.estrategiaconcursos.com.br/blog/propriedade-para-investimento-x-ativo-imobilizado-fgv/>

SEBRAE

<https://www.projeto draft.com/em-startups-tambem-tem-briga-de-poder-conflito-de-ego/>

<https://blog.cobasi.com.br/acoes-sociais-da-cobasi/>

<https://www.abcdoabc.com.br/ribeirao-pires/noticia/atacado-doa-mil-cestas-basicas-fundo-social-ribeirao-pires-125930>

<https://patrocinadores.marketingcultural.com.br/2020/08/04/com-incentivo-atacado-alimenta-o-sonho-de-produtores-culturais/>

<https://app.startse.com/artigos/petlove-como-a-startup-que-nasceu-como-petshop-online-virou-sucesso>

<https://www.treasy.com.br/blog/dre-demonstrativo-de-resultados-do-exercicio/>

<https://www.treasy.com.br/blog/balanco-patrimonial/>

<https://www.treasy.com.br/blog/retorno-sobre-o-capital-investido-roic/>

9 APÊNDICE

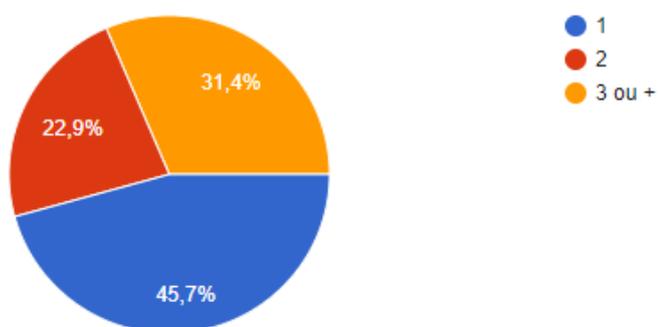
Apêndice A — Pesquisa de mercado

Pesquisa de mercado realizada por meio do Google Formulários e compartilhando em redes sociais, a fim de conhecer um pouco mais sobre nossos clientes.

Percebemos que todo tem um único objetivo, o bem-estar e a segurança de saber que o dog será bem cuidado por profissionais qualificados e que ama o que faz.

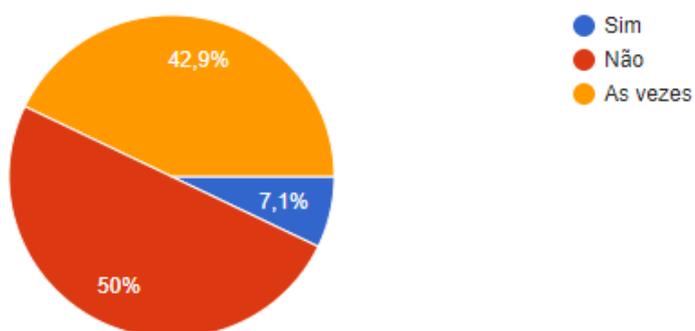
Possui quantos animais?

70 respostas



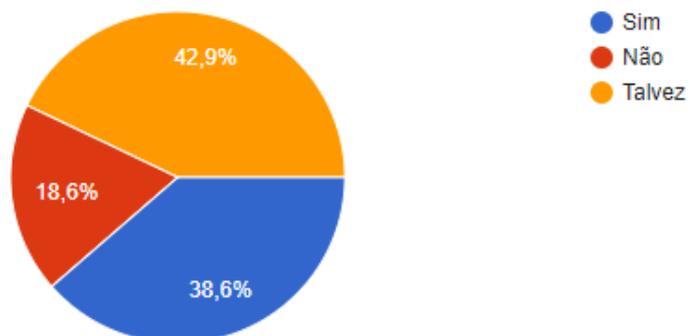
Costuma deixa-lo(s) sozinho(s) em casa por muito tempo?

70 respostas



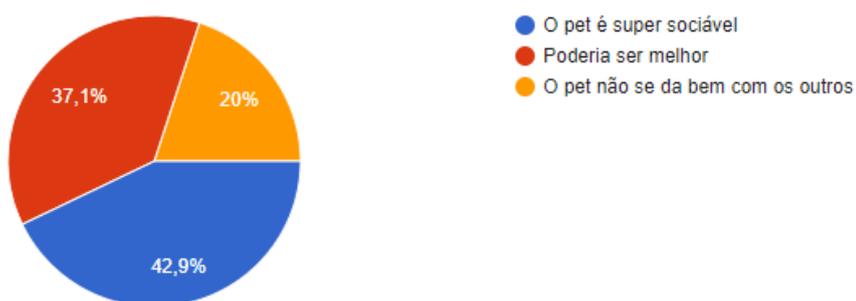
Você deixaria o seu pet em uma creche para cachorro?

70 respostas



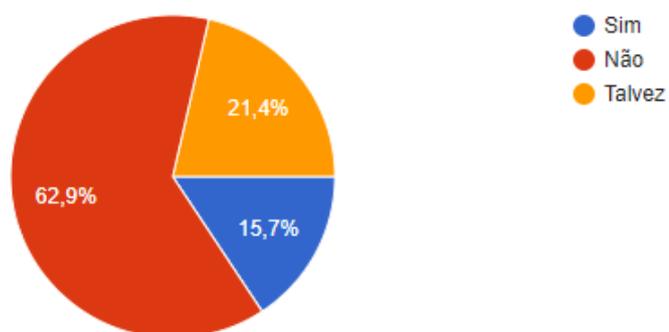
Acha que o modo que o seu cachorro interage com os outros poderia ser melhor?

70 respostas



Sente que seu pet está triste, precisando de uma companhia?

70 respostas



Sugestões, para a creche de cachorros

16 respostas

Salão de festas para aniversariantes

Acertar um preço certo é justo

Um lugar com vários e vários brinquedinhos, para que a interação com o pet possa ser melhor.

Adestramento

Muitos brinquedos, gramados e pessoas especializadas para cuidados especiais.

Opção de transporte onde uma van vá buscar e levar os pets para casa deles.

crechorro

não sei como responder.

Que os tratadores fossem menos animal, é tratassem os com cuidado e carinho.

Sugestões, para a creche de cachorros

16 respostas

Separar os animais por porte e os agressivos.

Gatil separado de preferência andar de cima ou distante dos cães para minimizar o stress do gato.

Ter uma ampla área de lazer onde não deixar os animais estressado.

Um veterinário responsável no local .

Ter de 2 a 3 cuidadores para limpeza ração todos cuidados.

Protocolo de recebimento de animais verificar as vacinas se esta em dia se o animal tem alguma doença etc...

Anexos de documentos dos proprietários RG, endereço, telefones etc.

Pagamento acessível a todos.

Gosto da idéia, precisaria ser bem organizada, limpa, com muitos brinquedos onde eu me sentisse confortável em deixa-los

Não conheço

Que seja mais em conta

Um lugar que pudesse ser tipo diária

10 ANEXOS

Anexo A — Contrato Social

CONTRATO SOCIAL – SOCIEDADE LIMITADA CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: Dog Keeper's Daycare

1. Kethelen Pedroza, brasileira, natural de São Paulo- SP, solteira, estudante, portadora do CPF no 907.862.708-53 e RG 16.764.820-2 SSP/SP, residente e domiciliada na Rua Doutor Lauro Ribas Braga, 878, Guarapiranga, São Paulo, CEP - 04910-090.
2. Ashley Hudson, brasileira, natural de São Paulo- SP, solteira, estudante, portadora do CPF no 517.054.018-30 e RG 43.591.041-3 SSP/SP, residente e domiciliada na Rua Itaucu, 762, Parque Santa Madalena, São Paulo, CEP - 03982-160.
3. Leonardo Brito, brasileiro, natural de São Paulo- SP, solteiro, estudante, portador do CPF no 014.252.128-08 e RG 18.797.372-6 SSP/SP, residente e domiciliado na Rua Teodoro Horst, 2000, Tucuruvi, São Paulo, CEP - 02342-190.
4. Wagner Jorge, brasileiro, natural de São Paulo- SP, solteiro, estudante, portador do CPF no 778.361.978-91 e RG 10.355.233-9 SSP/SP, residente e domiciliado na Avenida Jabaquara, 1483, Mirandópolis, São Paulo, CEP - 04046-500, constituem uma sociedade limitada mediante as seguintes cláusulas:

1ª - A sociedade girará sob o nome empresarial DOG KEEPERS DAYCARE e terá sede e domicílio na sede e domicílio na Rua Passo da Pátria 909, Vila Leopoldina, São Paulo, CEP - 05085-000 – SP.

2ª - Seu objeto social será alojamento de animais domésticos.

3ª - O capital social será de R\$ 1.000.000,00(um milhão de reais), dividido em 100.000 (cem mil) quotas de valor nominal de R\$ 1.000.000,0000 (um milhão de reais), cada uma, subscritas,

3.1

| Nome dos sócios | Quantidade de quotas | Capital |
|------------------|----------------------|---------------|
| Kethelen Pedroza | 40.000 | R\$400.000,00 |
| Ashley Hudson | 20.000 | R\$200.000,00 |
| Leonardo Brito | 20.000 | R\$200.000,00 |
| Wagner Jorge | 20.000 | R\$200.000,00 |
| Total | 100.000 | 1.000.000,00 |

4ª - A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

5ª - As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço, o direito de preferência para sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª - A sociedade iniciará suas atividades em 01/07/2021 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado. **(art 967, CC/2002)**

7ª - A administração da sociedade caberá a todos os sócios com os poderes e atribuições de representantes legais e sociais, podendo os sócios assinar na forma isoladamente ou em conjunto, autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª - Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do

inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

9ª - A sociedade poderá levantar balanços ou balancetes patrimoniais em períodos inferiores a um ano, e o lucro apurado nessas demonstrações intermediárias, poderão ser distribuídos mensalmente aos sócios cotistas, a título de Antecipação de Lucros, proporcionalmente às cotas de capital de cada um.

Cláusula Compromissória

Todas as controvérsias originadas ou em conexão com o presente contrato, sua execução ou liquidação, serão resolvidas por Conciliação, Mediação e/ou Arbitragem, de forma definitiva, nos termos do que dispõe o regulamento da Câmara Brasileira de Mediação e Arbitragem Empresarial – CBMAE – Regional Bauru, da 12ª Região Administrativa da FACESP, entidade eleita pelas partes para administrar a conciliação, mediação e/ou o procedimento arbitral, por um ou mais conciliadores, mediadores ou árbitros nomeados conforme o disposto no referido regulamento. A conciliação, mediação e/ou arbitragem terá como sede a RA-12 da FACESP, situada na Rua Bandeirantes, 8-79, na cidade de Bauru/SP, podendo esta indicar qualquer outra área de sua abrangência regional.

10ª - (Os) Administrador (es) declara(m), sob as penas da Lei, de que não est(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. **(art. 1.011, § 1º, CC/2002).**

E por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em 5 vias, na presença de duas testemunhas.

São Paulo, 01 de junho de 2021

Local

data

ASHLEY HUDSON

KETHELEN PEDROZA

Ashley Hudson

Kethelen Pedroza

LEONARDO BRITO

WAGNER JORGE

Leonardo Brito

Wagner Jorge

Testemunhas:

Assinatura: Wanessa Guimarães RG:
78.986.690-6 SSP/SP

Assinatura: Gustavo Inácio RG:
64.392.784-8 SSP/SP

Nome completo e identidade (espécie
e nº, órgão emissor/UF)

Nome completo e identidade (espécie
e nº, órgão emissor/UF)

Visto do Advogado José J. J. SILVA

Nome completo - Inscr. na OAB/Seccion