

STRONG ESAGS – ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E
GESTÃO

AMANDA SEGURO DE OLIVEIRA
BRUNO OLIVEIRA SILVA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

SANTOS

2016

Amanda Seguro de Oliveira

Bruno Oliveira Silva

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

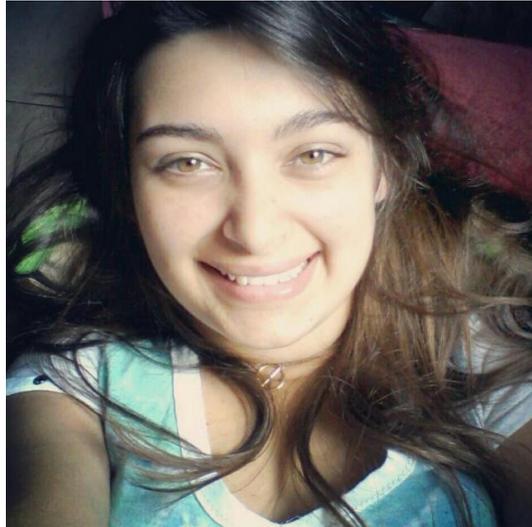
Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como exigência parcial para
a obtenção do grau de Bacharel em
Administração, á Escola Superior de
Administração e Gestão – STRONG
ESAGS

Orientadora: Prof^a Me. Lara Azevedo
Mattos.

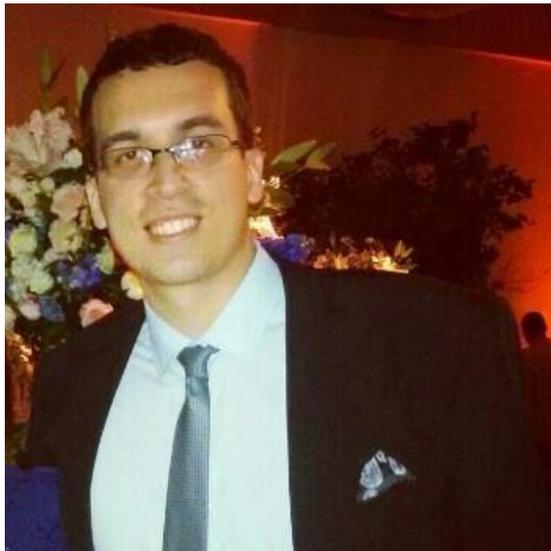
Santos

2016

COMPONENTES DO GRUPO



Amanda Seguro de Oliveira



Bruno Oliveira Silva

AMANDA SEGURO OLIVEIRA

BRUNO OLIVEIRA SILVA

Dog Hotel Quatro Patas

Relatório final, apresentado a Escola Superior de Administração e Gestão da Baixada Santista, como parte das exigências para a obtenção do título de Administrador de Empresas

Banca Examinadora:

Prof.^a

Prof.º

Prof.º

Apresentado em: ____/____/____

Conceito: _____

RESUMO

Este trabalho visa a aprovação na graduação em Administração de Empresas pela Escola Superior de Administração e Gestão através da elaboração do plano de negócios da empresa *Dog Hotel Quatro Patas*, elaborando assim os conceitos aprendidos nestes quatro anos. O plano elaborado tem como negócio um hotel especializado em cães que oferece serviços de hospedagem e creche, além de parcerias com clínica de reabilitação animal e mega lojas especializadas no ramo de animais de estimação. Este tema foi escolhido devido ao grande crescimento do ramo *pet* no país, mais especificamente na cidade de Santos, além da grande afinidade dos alunos com os animais. O trabalho foi elaborado através de pesquisas com os possíveis clientes e entrevistas com os concorrentes e parceiros para melhor entendimento do ramo de animais de estimação e das demandas da cidade. Foram realizadas pesquisas principalmente em sites de confiança sobre negócios e sobre animais, como o Conselho Regional de Medicina Veterinária, a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Através deste, pudemos revisar os temas abordados em aula além de obter uma visão ampla das principais competências que são necessárias para se empreender de forma eficaz visando a perpetuação do negócio.

Palavras chave: Plano de negócio, Administração, Hotel para cães

ABSTRACT

This work aims the approval at Business Administration graduation from Administration and Management School through the development of the company's, Dog Hotel QuatroPatas, business plan, thus elaborating the concepts learnt in these four years. The plan drawn up by the duo has as a business a hotel specialized in dogs that offers hosting services and day care, besides partnerships with animal rehabilitation clinics and stores specialized in pets. This theme was chosen due to the large growth of the pet industry in the country, specifically in Santos, in addition to the high affinity of the students with animals. This work was developed through research with potential clients and interviews with competitors and partners to better the understanding of pet industry and the city's demand. Researches were carried out mainly on trustworthy business and animal related websites, such as Conselho Regional de Medicina Veterinária, a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Through this, we reviewed the topics covered in class and we got an overview of the key skills that are necessary to effectively execute the perpetuation of the business.

Keywords: Business Plan, Management, Hotel for Dogs.

LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1 - Sexo dos entrevistados - 11
- Gráfico 2 - Faixa etária dos entrevistados - 11
- Gráfico 3 - Localidade dos potenciais clientes - 12
- Gráfico 4 - Residentes da casa do entrevistado -13
- Gráfico 5 - Renda do Grupo Familiar -14
- Gráfico 6 - Quantidade de cães dos entrevistados -14
- Gráfico 7 - Raça dos cães - 17
- Gráfico 8 - Ração comprada pelos entrevistados - 18
- Gráfico 9 - Preferência do cliente - 19
- Gráfico 10 - Potencial parceira - 20
- Gráfico 11 - Gasto com cães - 21
- Gráfico 12 – Preferências dos potenciais clientes - 21
- Gráfico 13 - Concorrentes - 22
- Gráfico 14 - Com quem os entrevistados deixam seus cães quando precisam se ausentar - 23
- Gráfico 15 - Intenções dos entrevistados em hospedar seus cães - 24
- Gráfico 16 - Intenção dos entrevistados em contratar o serviço de Acupuntura para seus cães - 25
- Gráfico 17 - Intenção dos entrevistados em adotar outro cão através de ações de conscientização - 26

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logomarca Fortcão - 28

Figura 2 - Logomarca Dogland Hotel - 29

Figura3 - Logomarca My Pet's Nanny - 31

Figura 4 - Logomarca DogHero - 33

Figura 5 - Logomarca Petz - 35

Figura 6 - Logomarca Reabilita Animal - 36

Figura 7 - Cachorro em sessão de Acupuntura - 39

Figura 8 - Página em mídias sociais: Facebook - 44

Figura 9 - Logomarca Quatro Patas -44

Figura 10- Classe social dos leitores da AT Revista – 47

Figura 11 - Penetração de mercado da AT Revista - 47

Figura 12 - Localização: Vista aérea - 488

Figura 13 - Localização: Vista Frontal - 49

Figura 14 - Área externa: Frente - 52

Figura 15: Boxes - 53

Figura 16 - Atendimentos Específicos: Banho e Acupuntura - 54

Figura 17 - Organograma da Empresa - 56

Figura 18 - Análise SWOT - 811

LISTA DE TABELAS

- Tabela 1: Classificação da renda familiar-3
- Tabela 2: Dados do sócio 1-4
- Tabela 3: Dados dos Sócios2- 5
- Tabela 4: Nome e CNPJ da empresa- 5
- Tabela 5: Composição do Capital Social-8
- Tabela 6: Raças de pequeno porte - 16
- Tabela 7: Raças de médio porte - 16
- Tabela 8: Raças de grande porte - 16
- Tabela 9: Ração comprada pelos entrevistados - 18
- Tabela 10: Valores cobrados pelo Fortcão para o serviço de creche - 29
- Tabela 11: Valores cobrados pela Dogland para o serviço de hospedagem - 30
- Tabela 12: Valores cobrados pela DogLand para o serviço de DayCare - 31
- Tabela 13: Classificação dos hóspedes - 41
- Tabela 14 - Preço da hospedagem para cães de médio e grande porte – 42
- Tabela 15 - Preço da hospedagem para cães de pequeno porte - 42
- Tabela 16 - Estatísticas AT Revista - 46
- Tabela 17 - Resumo dos dados do local - 49
- Tabela 18 - Cargos e funções - 59
- Tabela 19 - Máquinas e equipamentos para investimento - 60
- Tabela 20 - Materiais de papelaria para investimento - 61
- Tabela 21 - Equipamentos de informática para investimento - 62
- Tabela 22 - Equipamentos Veterinários, *Pet* e Banho e tosa para investimento - 62
- Tabela 23 - Investimento total – 63
- Tabela 24 - Estoque inicial do primeiro trimestre - 64
- Tabela 25 - Estoque inicial do segundo trimestre - 65
- Tabela 26 - Estoque inicial do terceiro trimestre - 65
- Tabela 27 - Estoque inicial do quarto trimestre - 65
- Tabela 28 - Cálculo do prazo médio de vendas - 66
- Tabela 29 - Cálculo do prazo médio de compras - 66
- Tabela 30 - Necessidade média de estoque - 66
- Tabela 31 - Necessidade de capital de giro em dias - 66

Tabela 32 - Caixa Mínimo	67
Tabela 33 - Resumo de capital de giro	- 67
Tabela 34 - Investimento pré operacional	- 68
Tabela 35 - Descrição dos investimentos e fontes de recursos	- 69
Tabela 36- Estimativa do faturamento mensal	- 69
Tabela 37 - Custos de comercialização	- 70
Tabela 38 - Custos diretos	- 70
Tabela 39 - Estimativa dos custos com mão de obra	- 71
Tabela 40 - Estimativa dos custos com depreciação	- 71
Tabela 41 - Estimativas dos custos fixos	- 72

5.11 Demonstrativo de resultados

O cálculo do demonstrativo de resultados se dá após a estimativa de custos fixos e estimativa de faturamento para definir se a empresa atuará no lucro ou prejuízo. A variação do índice IPCA, o índice de preços ao consumidor ampliado entre janeiro e novembro de 2016 foi de 5,7797%, o que acarretou em um lucro de R\$ 136.346,18

Tabela 42 – DRE	- 74
Tabela 44 - Cenário Provável	- 77
Tabela 45 - Cenário Pessimista	- 78
Tabela 46 – Cenário Otimista	- 78

Sumário

INTRODUÇÃO	1
1 - SUMARIO EXECUTIVO	2
1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócios	2
1.2 Dados dos empreendedores, experiência e atribuições	4
1.3 Dados do empreendimento	5
1.3.1 – Enquadramento tributário.....	6
1.3.2 – Setor de Atividade	6
1.3.3 – Forma jurídica.....	6
1.3.4 – Capital Social.....	8
1.4 Missão, Visão e valores da empresa.....	9
2 - ANÁLISE DE MERCADO	10
2.1 Estudo dos Clientes	10
2.2 Concorrentes	27
2.3 Fornecedores	34
3 - PLANO DE MARKETING.....	38
3.1- Descrição dos principais produtos e serviços	38
3.1.1 – Leis e Normas Vigentes.....	40
3.2- Preço 40	
3.2.1 – Método 70-20-10.....	42
3.3- Estratégias promocionais	43
3.4- Estruturas de comercialização.....	45
3.5 Localização.....	48
4 - PLANO OPERACIONAL.....	50
4.1 - Layout e arranjo físico	50
4.1.1 – Área Interna	51
4.1.2 – Área Externa.....	52
4.1.3 – Acupuntura.....	54

4.2 - Capacidade Produtiva, comercial e serviços.....	55
4.2.1 – Processos Operacionais.....	55
4.2.2 – Necessidade de Pessoal	58
5. Plano Financeiro.....	60
5.1 Investimento	60
5.2 Capital de Giro.....	63
5.3 Investimento Pré Operacional	67
5.4 Investimento Total.....	68
5.5 Estimativa do Faturamento Mensal.....	69
5.6 Estimativa dos custos de comercialização	70
5.7 Apuração dos Custos Diretos	70
5.8 Estimativas dos custos com mão de obra	71
5.9 Estimativas do custo com depreciação.....	71
5.10 Estimativa dos custos fixos	72
5.11 Demonstrativo de resultados	73
5.12 Indicadores de Viabilidade	75
5.12.1 – Ponto de Equilíbrio	75
5.12.2 – Lucratividade	75
5.12.3 – Rentabilidade	76
5.12.4 –Prazo retorno investimento	76
6. CENÁRIOS.....	77
7. ANALISE SWOT	79
8 - AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO	82
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	84
APÊNDICE A – Ficha de cadastro do Tutor	87
APÊNDICE B – Ficha de Cadastro do veterinário do animal	88
APÊNDICE C - Ficha de cadastro do animal.....	89
APÊNDICE D – Canvas	90

APÊNDICE E - Pesquisa de mercado com os futuros clientes.....	91
ANEXO A - Leis e normas vigentes	95

INTRODUÇÃO

O plano de negócios apresentado neste trabalho retrata dados sobre a empresa Dog Hotel Quatro Patas, um hotel especializado em cães de todos os portes, oferecendo serviços de hospedagem, *Day care* e também o tratamento alternativo de acupuntura.

No primeiro capítulo é apresentado um breve resumo sobre os dados da empresa, além das especificações e experiências dos sócios e também são demonstrados diversos indicadores financeiros comprovando a viabilidade do negócio.

No segundo capítulo consta uma pesquisa de mercado realizada com possíveis clientes do hotel, moradores de Santos que possuem cães como animais de estimação, onde relatam suas características, preferências, e seus relacionamentos com seus animais. Neste capítulo consta também os principais concorrentes fornecedores e do Quatro Patas.

No capítulo três é apresentado os principais serviços fornecidos pelo hotel, o preço a ser cobrado, a localização do hotel além de outras estratégias de marketing.

Já no quarto capítulo são detalhados os processos da operação, do *layout* e arranjo físico das instalações, assim como sua capacidade produtiva.

No quinto capítulo é apresentado o plano financeiro do hotel, de forma a detalhar os investimentos, gastos com mão de obra, e outros fatores relevantes à saúde financeira da organização.

Posteriormente, no capítulo seis é representada a reação do hotel perante a sazonalidade, descrevendo cenários realista, pessimista e otimista.

Finalizando, no capítulo sete é apresentada a análise swot da empresa, ferramenta utilizada para auxiliar na análise do ambiente interno e externo à organização.

1 - SUMARIO EXECUTIVO

1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócios

O Plano de negócio apresentado é baseado em um modelo de hospedagem que vem se popularizando no Brasil uma vez que, segundo dados do IBGE (2016) Apud: O globo, (2016), cerca de 44% dos domicílios brasileiros possuem cachorros como animais de estimação, o que equivale a 52 milhões de cães em todo o Brasil, superando o número de crianças, que é de 45 milhões.

O *Dog*¹Hotel Quatro Patas é um estabelecimento que oferece o serviço de acomodação para cachorros de pequeno, médio e grande porte que poderão ficar hospedados, enquanto seus donos, por algum motivo pessoal ou profissional, não poderão estar prestando os devidos cuidados ou atenção ao animal. Os cães irão contar com atividades diárias de recreação, em ampla área livre possibilitando um maior gasto de energia com conforto e higiene em meio a natureza.

O Quatro Patas oferecerá os serviços de hospedagem para cães de todos os portes e também o *Day care*, serviço de creche para animais, onde eles passam o dia participando de atividades variadas mas não pernoitam no estabelecimento. Há também a possibilidade da contratação a parte dos serviços de banho e, pensando principalmente nos cães com idade mais avançada, o hotel disponibilizará um serviço de acupuntura para os animais que nessa fase da vida estão mais propensos a problemas na coluna e articulações. Além disso, O dono poderá acompanhar seu animal por meio do monitoramento *Online* com câmeras 24 horas por dia e relatórios atualizados sobre a rotina do cachorro diretamente em seu *e-mail*.

Segundo a pesquisa feita pelo Centro de Políticas Sociais da FGV a partir de dados do Censo (2010) apud: IBGE (2010), Santos está entre as cinco cidades brasileiras que mais possuem pessoas dentro da classe A e B, que é a parcela da

¹Dog: Palavra equivalente à “cachorro” na língua inglesa.

sociedade com rendimento mensal acima de R\$ 8.800,01. O público alvo do DogHotel são clientes das classes sociais A e B vide tabela com os dados do IBGE.

Tabela 1: Classificação da renda familiar

Classe	Quantidade de Salários mínimos (SM)	Renda Familiar (R\$) em 2016
A	Acima de 20 SM	R\$ 17 600,01 ou mais
B	De 10 a 20 SM	R\$ 8800,01 a R\$ 17600,00
C	De 4 a 10 SM	R\$ 3520,01 a R\$ 8800,00
D	De 2 a 4 SM	R\$ 1760,01 A R\$ 3520,00
E	Até 2 SM	Até R\$ 1760,00

Fonte: IBGE

A localização é um ponto importante do negócio, por isso a empresa estará localizada estrategicamente na Avenida Afonso Pena, número 553 em Santos, estando próximo dos bairros onde reside o público alvo estabelecido. Outro ponto forte da localização é o grande fluxo de pessoas e o fato da avenida onde está o hotel interligar a cidade no sentido norte-sul, facilitando o acesso dos clientes. Assim a empresa deseja satisfazer a demanda da população da cidade em acomodar seus cães.

O Hotel poderá ter um custo de investimento baixo, caso os proprietários já tenham um imóvel na cidade que possa ser adaptado para receber os animais, o que nos dias atuais é difícil devido à alta especulação imobiliária que atingiu a região nos últimos anos.

Existem poucas opções para alugar ou comprar um terreno que tenha espaço para construir os alojamentos e área verde para a recreação dos cães e esteja de acordo ao orçamento da empresa. Na cidade de Santos o aluguel de um imóvel que atenda às exigências que um hotel para cães necessita em uma área de alto poder econômico, que é onde se encontra o público alvo da empresa, não é encontrado por menos de 20 mil reais. Outra opção encontrada foi a compra de um imóvel, que atenda às necessidades dos sócios tanto em relação à localidade quanto à área livre.

O faturamento mensal do negócio atinge seus picos nos meses de férias escolares, sendo eles Julho, Dezembro e Janeiro, contando ainda com datas específicas, como feriados prolongados e Carnaval. A expectativa é que seu lucro líquido, ou seja, o lucro que permanece na empresa após o pagamento dos custos fixos e todos os outros gastos, seja próximo a 30 mil reais, e nos demais meses do ano seja de 7 mil reais.

1.2 Dados dos empreendedores, experiência e atribuições

Os sócios neste empreendimento serão parceiros e atuantes nas atividades da empresa, sendo responsáveis por cada área administrativa ou gerencial do estabelecimento contribuindo por meio de seus conhecimentos, habilidades e experiências anteriores.

Tabela 2: Dados do sócio 1

Nome: Amanda Seguro de Oliveira	
Endereço: Rua Duque de Caxias 92 apt. 25	
Cidade: Santos	Estado: SP
Telefone: (13) 3221-5546	Telefone 2: (13)99207-9292

Fonte: Autoria Própria

Cursando administração de empresas pela ESAGS-BS, Escola Superior de Administração e Gestão da Baixada Santista, com certificação da Fundação Getúlio Vargas, ao longo de sua experiência profissional teve contanto com diferentes segmentos do mercado de serviços, atuando no setor desde o atendimento ao público em clínicas médicas até área de recursos humanos de instituições de ensino, porém sempre teve o sonho de trabalhar com animais.

Por isso, devido a sua experiência, ficará responsável por manter a qualidade do serviço, controlando o estoque, respondendo pelo atendimento direto de clientes presencialmente e via fone ou *e-mail*, sanando dúvidas, fechando negócios e prospectando clientes, assim como assuntos referentes aos serviços oferecidos pelo hotel, mantendo contato com as empresas parceiras de banho e acupuntura e sendo

a principal responsável pelo processo de recrutamento e seleção da empresa. Estará sempre que possível, ajudando no que se refere a recreação e cuidados diretos aos animais hospedados caso os monitores não estejam presentes, considerando horários de almoço e entrada e saída dos *pets* do serviço *Day care*.

Tabela 3: Dados dos Sócios2

Nome: Bruno Oliveira Silva	
Endereço: Rua Tambaú, 20, casa 2	
Cidade: Santos	Estado: SP
Telefone: (13) 99726-4066	

Fonte: Autoria Própria

O empreendedor tem perfil jovem, facilitando a adaptação às tendências do mercado e a comunicação com seus clientes, atualmente se graduando em Administração de empresas pela ESAGS Escola Superior de Administração e Gestão da Baixada Santista, com certificação da Fundação Getúlio Vargas, comprovando ter bases sólidas para gerir o empreendimento. Já atuou no setor de educação e administrativo e contenta um grande amor por animais.

Ficará responsável pela parte gerencial, estruturando o plano de marketing da empresa e mantendo contato direto com o contador da empresa respondendo também pela parte financeira junto ao profissional.

Também responsável pelas compras e pelo plano operacional do Hotel, monitorando a concorrência e buscando prospectar inovações para a empresa. Terá a obrigatoriedade de sempre estar fazendo relatórios e monitorando a situação da empresa seja no quesito financeiro ou em estatísticas do mercado e da região.

1.3 Dados do empreendimento

Tabela 4: Nome e CNPJ da empresa

Nome: <i>Dog Hotel Quatro Patas</i>
CNPJ/CPF: 12.345.678/9121-78

Fonte: Autoria Própria

O Hotel será um prestador de serviços, cedendo seu espaço e o conhecimento técnico dos seus profissionais e parceiros para os consumidores. Sua principal finalidade é o fornecimento de hospedagem, segurança, alimentação e recreação aos cães dos clientes, atendendo todos os requisitos e cuidados que os donos esperam que terceiros tenham com seus animais de estimação.

1.3.1 Enquadramento tributário

O Simples nacional, também chamado de Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e empresas de pequeno porte, é um regime tributário para pequenas empresas que dá a possibilidade do recolhimento dos tributos nas esferas federais, estaduais e municipais em um único modelo. A alíquota é diferenciada conforme o faturamento da empresa.

Além de unificar os tributos, o Simples Nacional também se destaca como fator de escolha para empresas que estejam concorrendo a licitações do governo, e facilita o cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias, e está dentro da Lei Complementar nº123/06.

No caso do Dog Hotel, a receita bruta anual prevista é de no máximo 540 mil reais.

1.3.2 – Setor de Atividade

O Hotel oferece serviços que são contratados por terceiros, podendo ser este cliente um dono de animais de estimação ou uma empresa. Assim ele se enquadra no setor de prestação de serviços.

A prestação de serviços no Brasil é responsável por aproximadamente 60% do PIB, emprega um grande número de pessoas, entretanto existe um déficit em relação a qualidade dos serviços prestados.

1.3.3 – Forma jurídica

O Dog Hotel Quatro Patas será considerada uma sociedade empresarial limitada, segundo o SEBRAE (2016) o principal objetivo dessa forma de sociedade é regulamentar a abertura da empresa a partir do investimento dos sócios para o capital social.

“Na qual duas ou mais pessoas associam-se para a criação de uma pessoa jurídica, com existência e patrimônio distintos da pessoa física dos sócios. Quem exerce a atividade empresarial é a sociedade (representada pelos seus administradores), e quem responde pelas dívidas contraídas é o patrimônio da sociedade.” SEBRAE (2016)

Os investimentos poderão ser em dinheiro, imóveis ou outros bens podendo ser equivalentes ou parcial, com uma quantia especificada para cada sócio no contrato de abertura da empresa.

A vantagem dessa forma jurídica é que a mesma protege o patrimônio de cada sócio no caso de falência ou desligamento da empresa, já que é regulamentada por cotas, sem o uso de ações como acontecem nas sociedades anônimas .

Para regularizar a empresa como Sociedade Limita é necessário fazer o registro na junta comercial e solicitar a inscrição na Receita Federal para a emissão do CNPJ, Secretaria da Fazenda para o ICMS e inscrição estadual e Prefeitura para poder receber o alvará de funcionamento.

Em especial, no caso do Quatro Patas será necessário também uma autorização da vigilância sanitária para que seja dado início as atividades.

1.3.4 – Capital Social

Tabela 5: Composição do Capital Social

	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Amanda Seguro	R\$ 125.000,00	50%
Sócio 2	Bruno Oliveira	R\$ 125.000,00	50%
Investimento e Participação Total:		R\$ 250.000,00	100%

Fonte: Autoria Própria

Os recursos investidos no estabelecimento foram de R\$ 218.259,04 mil, integralizados entre os dois sócios compactuando participações de 50% para cada, a fonte de capital foi própria dos sócios correspondendo a R\$ 125.000 mil, investidos individualmente. Investindo um valor a mais do que o investimento total necessário para iniciar o negócio para ter caixa em eventuais gastos.

1.4 Missão, Visão e valores da empresa

- **Missão**

A missão do *Dog Hotel Quatro Patas* é estreitar os laços de amor e respeito entre animal e tutor² através do oferecimento de hospedagem de qualidade, segurança e diversão para o cão e tranquilidade para os donos, ajudando a valorizar seus momentos de união, para que o dono só se preocupe em aproveitar os bons momentos ao lado de seu animal de estimação.

- **Visão**

Estar em primeiro lugar na mente da população santista como a melhor opção de acomodação para seus cães.

- **Valores**

Amor, carinho e dedicação aos animais.

Transparência nas ações

Respeito, zelo e atenção

Higiene e segurança.

² Pessoa responsável pelo animal; Dono; Proprietário.

2 ANÁLISE DE MERCADO

2.1 Estudo dos Clientes

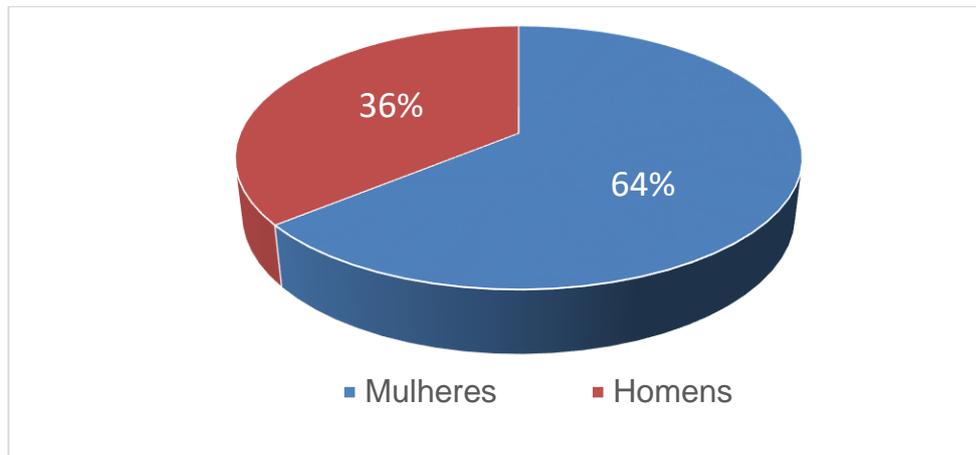
Procurando identificar o perfil dos potenciais clientes e suas principais características e opiniões, um questionário com 18 perguntas foi disponibilizado *on-line* através da plataforma *Google Docs*, com divulgação por meio de redes sociais entre os dias 2 e 9 de Setembro de 2016. Foram obtidas respostas de 100 participantes que se declararam moradores da cidade de Santos e donos de cachorro(s).

Os participantes foram questionados quanto a seus gostos, estilo e padrão de vida, quantos animais possuem, quais as características dos seus cães, e sobre o interesse quanto ao tratamento alternativo de Acupuntura.

Abaixo estão relacionadas cada pergunta realizada e os dados obtidos através delas, que nortearam importantes decisões de público alvo e serviços oferecidos.

1) Qual é o seu sexo?

Nota-se que 64% dos entrevistados são do sexo feminino, comprovando dados do último censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2010, mostrando que Santos é a cidade brasileira com maior proporção de mulheres no país, sendo 54,2% da população santista do sexo feminino contra 45,8% do sexo masculino.

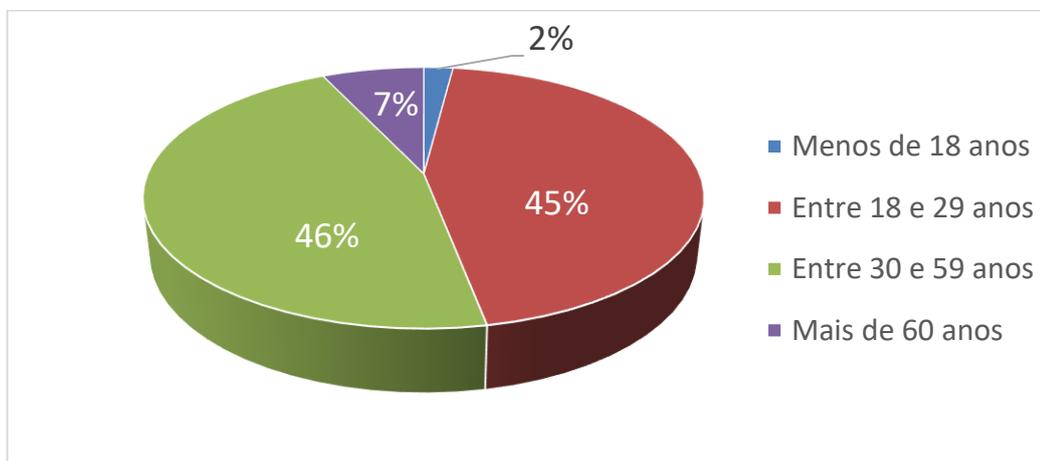
Gráfico 1 - Sexo dos entrevistados

Fonte: Dados primários

2) Escolha a faixa etária ao qual está incluso (a).

Nesta questão buscamos definir as características do público alvo, procurando saber sobre a idade dos possíveis clientes, com opções para menos de 18 anos, entre 18 e 29 anos, entre 30 e 59 anos e mais de 60 anos. Assim é possível adquirir informações para definir as maiores necessidades do público alvo mostrado na pesquisa.

A pesquisa aponta as faixas de idade predominantes estão entre 18 a 29 anos e 30 a 59 anos, evidenciando o público alvo do *Dog Hotel*.

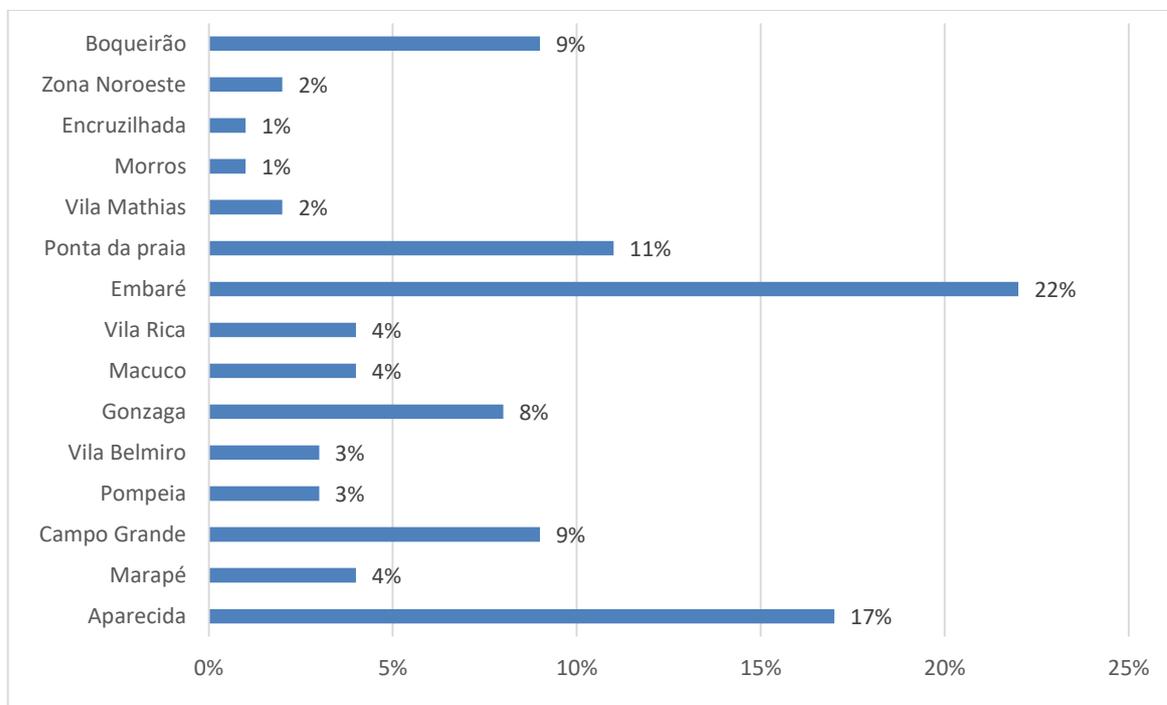
Gráfico 2 - Faixa etária dos entrevistados

Fonte: Dados primários

3) Qual é a sua localidade na cidade de Santos?

Essa questão visa saber o bairro, na cidade de Santos, dos futuros clientes do hotel, para assim ser definida a melhor localidade para as instalações do *Dog Hotel*, buscando estar próximo dos clientes. Desta forma, verificou – se que os potenciais clientes estão nos bairros Aparecida, Embaré e Ponta da Praia, totalizando aproximadamente 50% das respostas recebidas.

Gráfico 3 - Localidade dos potenciais clientes

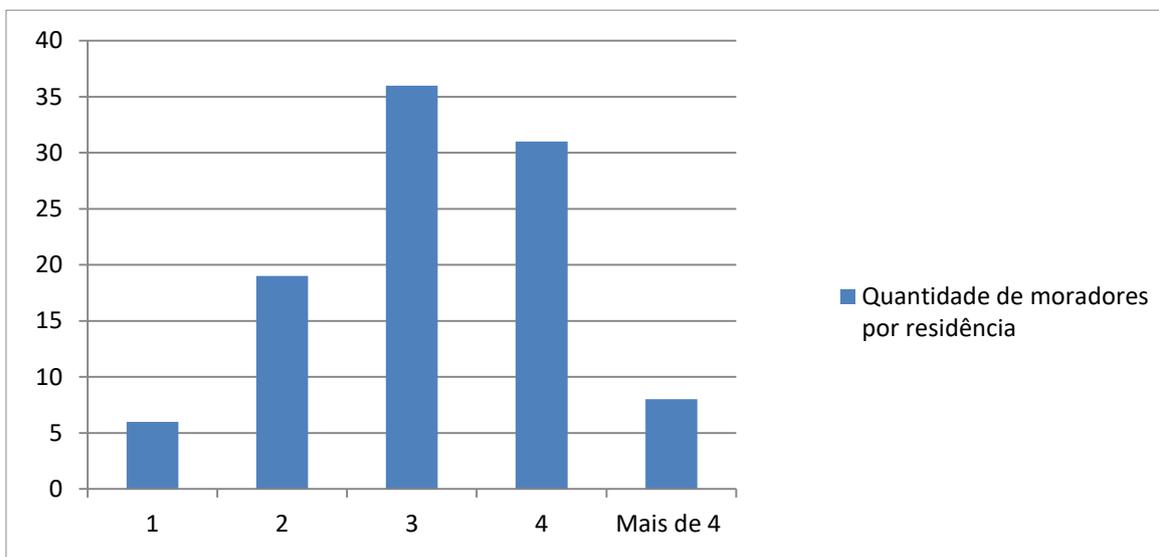


Fonte: Dados primários

4) Quantas pessoas moram na sua casa contando com você?

Essa parte da pesquisa visa traçar o perfil familiar dos futuros clientes do hotel na intenção de saber a configuração familiar dos mesmos. Para isso utilizamos opções de 1 morador por residência, 2 moradores, 3 moradores 4 moradores ou mais de 4 moradores por residência. Através desta informação é possível definir os serviços mais necessários para cada configuração familiar.

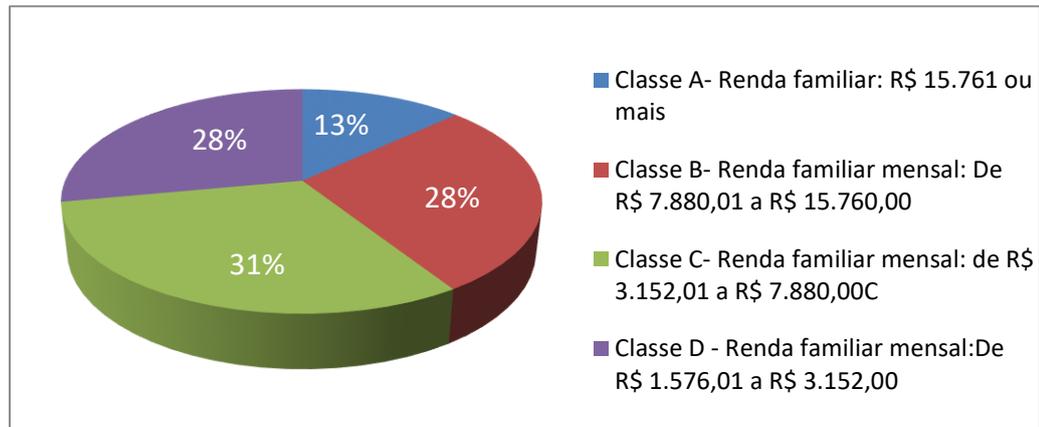
Gráfico 4 - Residentes da casa do entrevistado



Fonte: Dados primários

5) Qual é a renda do seu atual grupo familiar? (Média mensal de renda das pessoas que atualmente moram com você)

Uma boa parte da população amostral está na faixa de 18 a 29 anos, uma fase caracterizada por construção da carreira profissional, e início da independência financeira, e, sendo assim, cerca de 41% da população amostral está na faixa das famílias Classe A e B, que é uma média superior a boa parte das cidades brasileiras segundo pesquisa do Centro de Políticas Sociais da FGV a partir de dados do Censo (IBGE, 2010).

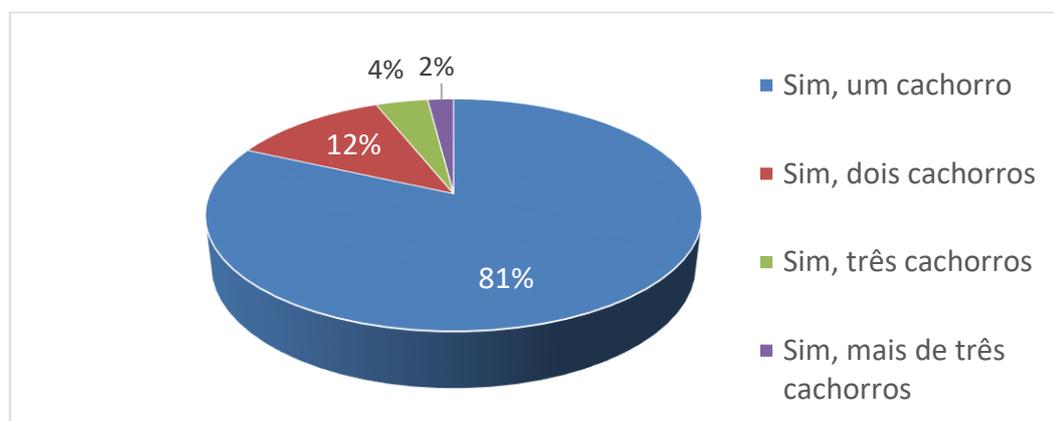
Gráfico 5 - Renda do Grupo Familiar

Fonte: Dados primários

6) Você possui cachorros em casa? Quantos?

Para que seja definida a média de demanda que o hotel receberá foi questionado aos pesquisados sobre a quantidade de cães em suas residências.

Com isso foi possível concluir que a grande maioria dos possíveis clientes possui apenas um cão como animal de estimação. Através deste resultado é possível adquirir vantagem competitiva perante os concorrentes uma vez que há informações para verificação de viabilidade de descontos para animais de mais de um responsável aderindo aos serviços do hotel, além da definição de estimativa média de demanda.

Gráfico 6 - Quantidade de cães dos entrevistados

Fonte: Dados primários

7) Qual é a raça dos seus pets?

Cada porte de cão possui diferenças intrínsecas quanto a tamanho, peso e raça dos animais classificados em cada um deles. Para isso, o hotel disponibilizou esta pergunta com opções de raças e não apenas de porte pequeno, médio ou grande, uma vez que cada raça possui suas características, mesmo estando dentro da mesma classificação de porte.

O hotel buscou assim informações para viabilizar a separação dos animais por estas características diferenciadas em horários de recreação e interação entre os cães. Como cada baia individual oferecida aos animais dos clientes do hotel terá uma metragem mediante o porte dos animais, foi realizada pelo hotel uma subclassificação, desta vez por porte, das raças obtidas na pesquisa.

Foram obtidas 100 respostas na pesquisa, totalizando 20 raças diferentes de caninos, que contabilizaram 110 cães de diferentes raças que foram divididas entre pequeno, médio e grande porte conforme as tabelas abaixo.

Tabela 6: Raças de pequeno porte

Pequeno Porte	Quantidade de animais	Quantidade relativa %
<i>Poodle</i>	20	18,2%
<i>Shitzu</i>	9	8,2%
<i>Yorkshire</i>	7	6,4%
<i>Dachund</i>	6	5,5%
<i>Spitzalemão (Lulu da Pumerania)</i>	5	4,5%
<i>Pug</i>	4	3,6%
<i>Pincher</i>	3	2,7%
<i>LhasaApso</i>	3	2,7%
<i>Maltês</i>	3	2,7%
<i>Chihuahua</i>	2	1,8%
Total	62	56,3%

Fonte: Dados Primário

Tabela 7: Raças de médio porte

Médio Porte	Quantidade de Animais	Quantidade Relativa %
Vira-lata (Sem raça definida)	32	29,1%
<i>Border Collie</i>	2	1,8%
<i>Collie</i>	1	0,9%
<i>Cocker</i>	1	0,9%
Total	36	32,7%

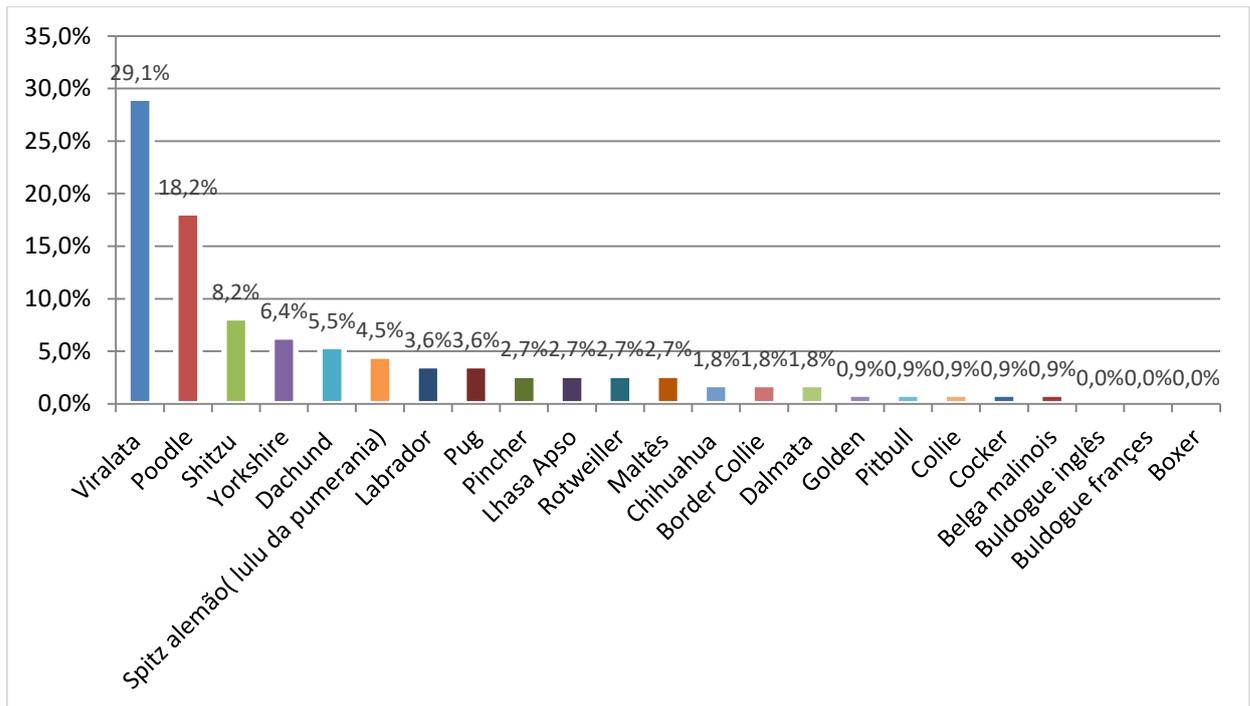
Fonte:Dados Primários

Tabela 8: Raças de grande porte

Grande Porte	Quantidade de Animais	Quantidade Relativa %
Labrador	4	3,6%
<i>Rotweiller</i>	3	2,7%
<i>Dalmata</i>	2	1,8%
<i>Golden</i>	1	0,9%
<i>Pitbull</i>	1	0,9%
Pastor Belga Malinois	1	0,9%
Total	8	7,2%

Fonte: Dados Primários

Gráfico 7 - Raça dos cães



Fonte: Dados primários

8) Qual ração você costuma comprar para o seu animalzinho?

A fim de definir se a alimentação dos animais estaria inclusa nos serviços de hotelaria e *Day care* e qual seria a mais bem aceita pelos clientes, os entrevistados foram questionados quanto a ração que oferecem aos seus animais. Nas opções estavam *Royal Canin*, *Pedigree*, *Golden*, *Purina Dog Chow* e Outros.

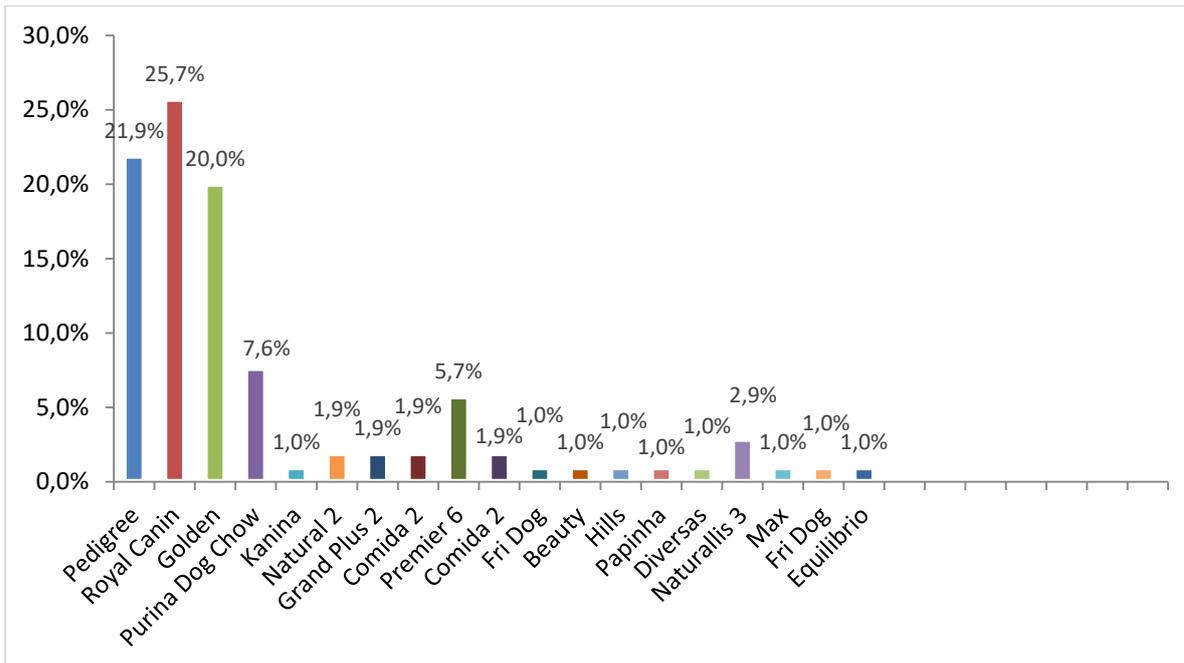
Conclui-se que a marca *Royal Canin* detém 25,7% da preferência dos entrevistados, *Pedigree* possui 21,9%, *Golden* 20%. E *Purina* 7,6%, assim totalizam 75,2% do mercado de ração na pesquisa amostral. Em contra partida a opção Outros obteve um número muito expressivo, de 24,8% apontando 14 novas rações e comida nas respostas. Devido ao número muito próximo da primeira colocada na pesquisa conclui-se que seria mais vantajoso para a empresa não fornecer alimentação, e sim que cada tutor traga a alimentação de seu animal conforme sua preferência.

Tabela 9: Ração comprada pelos entrevistados

Opções		Quantidade Absoluta	Quantidade relativa %
Royal Canin		27	25,7%
Pedigree		23	21,9%
Golden		21	20,0%
Purina <i>Dog Chow</i>		8	7,6%
Respostas da opção Outros	Premier	6	5,7%
	Naturallis3	3	2,9%
	Natural	2	1,9%
	Grand Plus	2	1,9%
	Comida	4	1,9%
	Kanina	1	1,0%
	FriDog	1	1,0%
	Beauty	1	1,0%
	Hills	1	1,0%
	Papinha	1	1,0%
	Diversas	1	1,0%
	Max	1	1,0%
	FriDog	1	1,0%
	Equilíbrio	1	1,0%

Fonte: dados primários

Gráfico 8 - Ração comprada pelos entrevistados

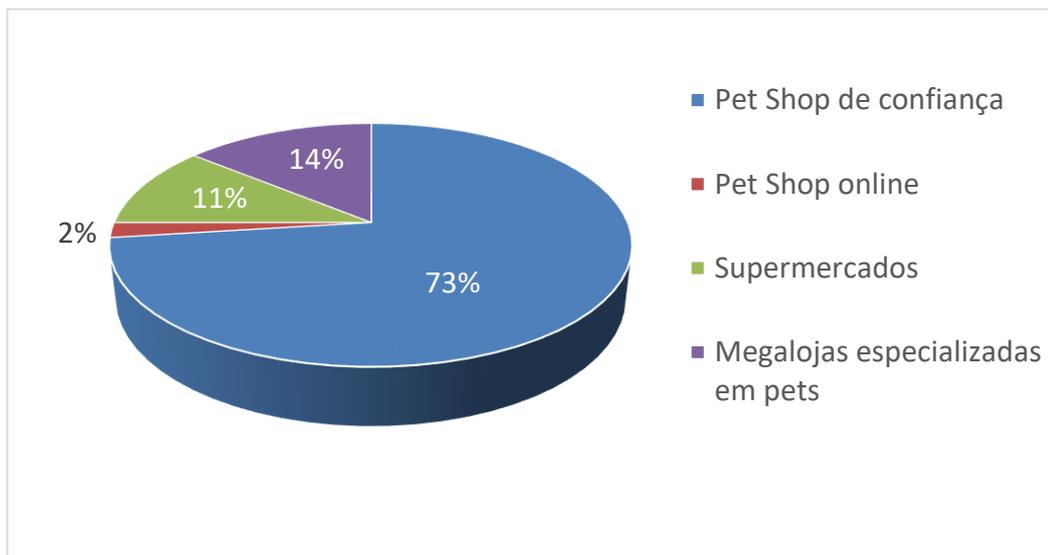


Fonte: Dados primários

9) Onde costuma comprar artigos para seu cão?

Saber onde os donos de cães da cidade de Santos costumam comprar artigos para o seu cão é fator crucial na estratégia de marketing do hotel. É a possibilidade de se aproximar, apresentar o hotel e fidelizar o futuro cliente.

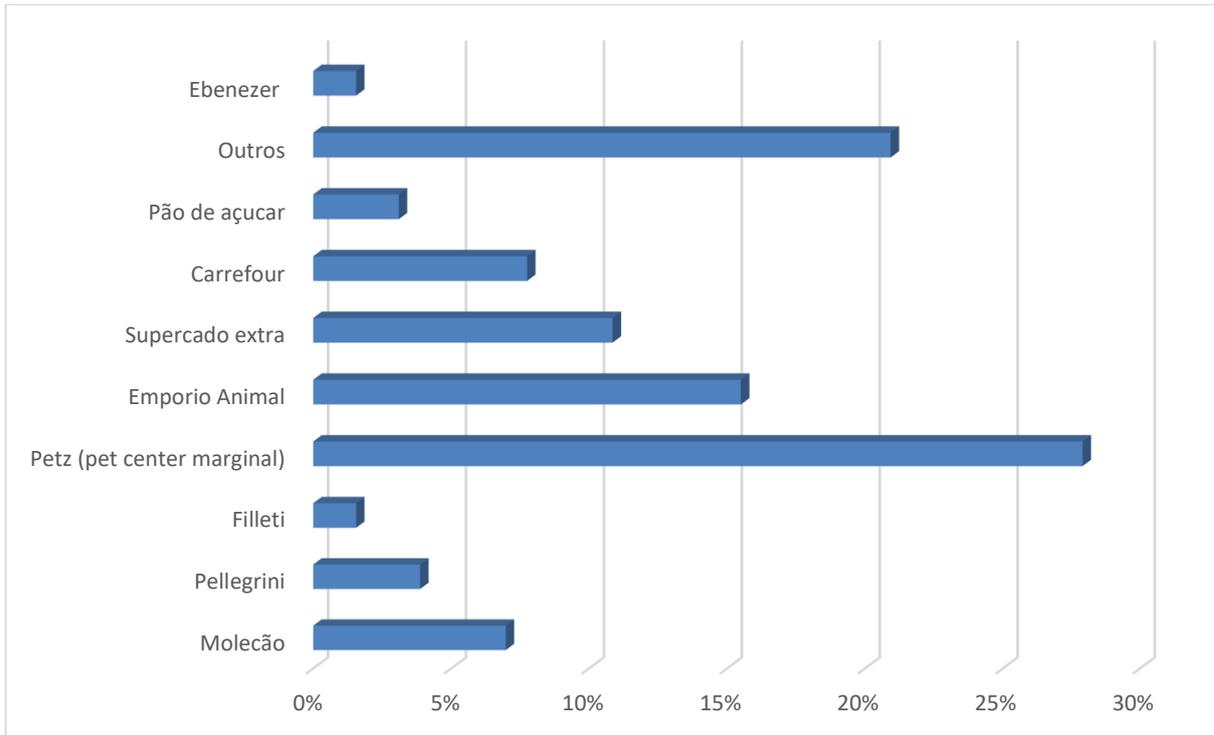
Gráfico 9 - Preferência do cliente



Fonte : Dados primários

10) Qual desses Pet shops, Supermercados ou Megalojas você costuma consumir produtos ou serviços para os seus cachorros?

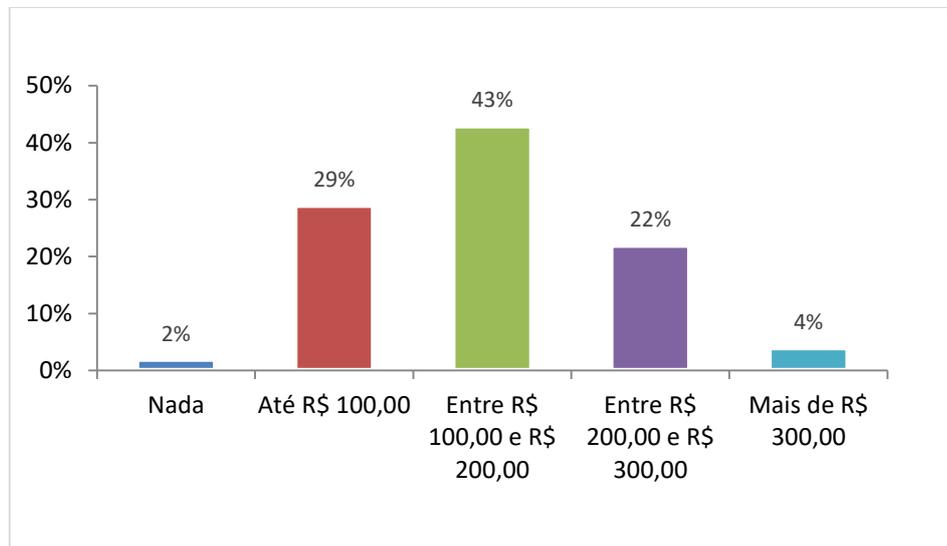
Potenciais parcerias com grandes lojas da região estão na estratégia do hotel, buscando levar seu nome para o maior número de pessoas de Santos. Esse trecho da pesquisa visa dar nome às lojas onde o consumidor da cidade costuma ir e onde sente confiança para consumir os produtos e serviços.

Gráfico 10 - Potencial parceira

Fonte: Dados primários

11) Quanto costuma gastar por mês com seus cães?

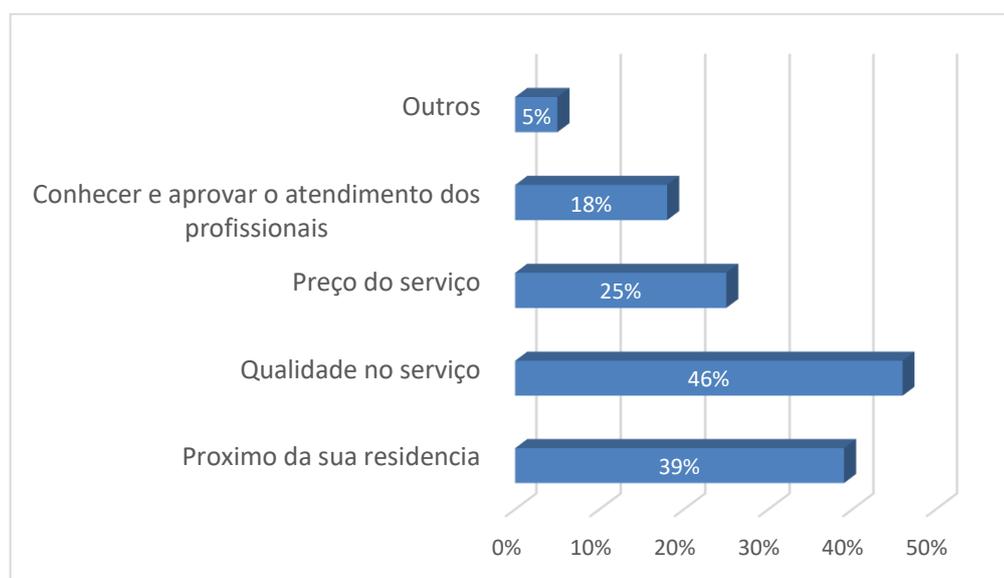
Por meio desta pergunta o hotel busca saber o quanto seus clientes estão dispostos a gastar com seus animais por mês, ajudando a definir os preços apresentados pela empresa. Para isso, os entrevistados optavam por não gastar nada, gastar até \$100,00; de \$101,00 a \$200,00, ficando em primeiro lugar com 43% das respostas; de \$201,00 a \$300,00 ou mais de \$300.

Gráfico 11 - Gasto com cães

Fonte: Dados primários

12) Qual é o motivo que te faz levar seu cachorro nesse pet shop?

Nesta pergunta o hotel procura saber sobre o que leva um cliente a se fidelizar a um estabelecimento para o seu *pet*. As principais repostas foram a qualidade no serviço e a proximidade da residência

Gráfico 12 – Preferências dos potenciais clientes

Fonte: Dados primários

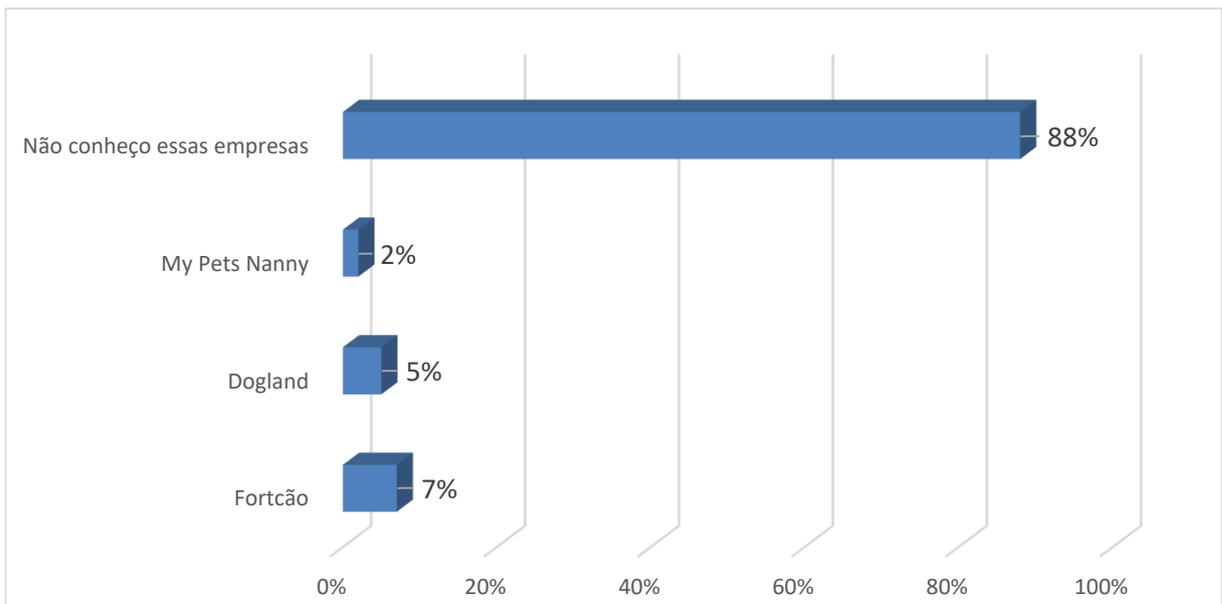
13) Você conhece algum hotel para cães na cidade de Santos?

A pesquisa apontou que 80% dos pesquisados não conheciam o ramo de hospedagem e *Day care* para animais de estimação na cidade de Santos, o que se torna também uma oportunidade para o Hotel se popularizar na cidade através de ações fortes e estratégicas de marketing para que o público conheça melhor os serviços oferecidos e perceba sua importância com soluções para dia a dia do *pet*.

14) Assinale caso você conheça alguma das empresas abaixo.

Foram Listados os principais concorrentes do Hotel Quatro Patas com o intuito de saber se os entrevistados conheciam os estabelecimentos citados, e assim como na pergunta 13, foi possível concluir que a grande maioria desconhece este ramo do mercado *pet*.

Gráfico 13 - Concorrentes

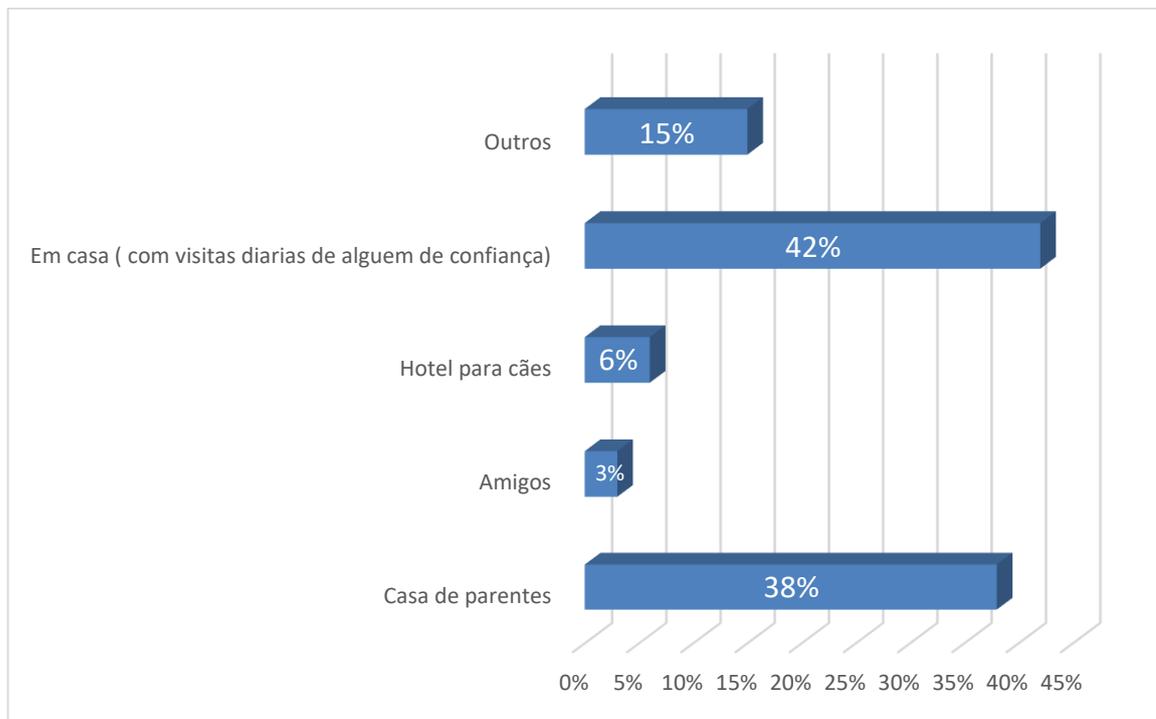


Fonte: Dados do sócio

15) Quando você se ausenta por um longo período de tempo da sua casa, com quem você costuma deixar seu cachorro?

As respostas dos entrevistados deixam claro que hotéis para animais ainda não são uma opção em boa parte dos casos, totalizando 80% de famílias que preferem deixar o animal em casa recebendo visitas diárias de alguém de confiança para dar água e comida e passear com o cão, ou na casa de parentes.

Gráfico 14 - Com quem os entrevistados deixam seus cães quando precisam se ausentar

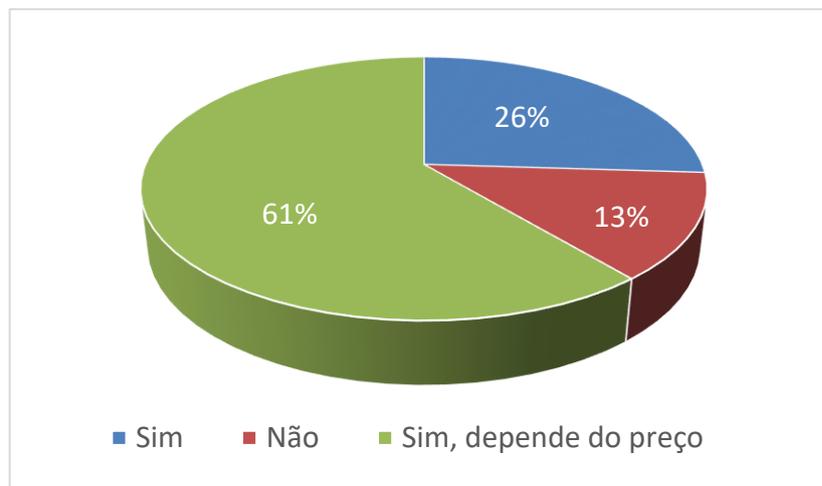


Fonte: Dados primários

16) Caso você precise se ausentar por um longo período e tenha a opção de colocar seu *pet* em um hotel onde ele terá monitores treinados e capacitados para o dia a dia com o animal e veterinários 24h a disposição, monitoramento por câmeras e boletins on-line além de uma infra-estrutura higiênica, segura e com boas opções de lazer, você deixaria seu cãozinho nesse Hotel?

Esta pergunta foi realizada com o intuito de se conhecer a real intenção dos entrevistados em hospedar seus cachorros em um hotel com as mesmas características que o Quatro Patas. Conforme o gráfico abaixo pode-se concluir que a aceitação é muito boa, principalmente se o preço for competitivo e justo.

Gráfico 15 - Intenções dos entrevistados em hospedar seus cães

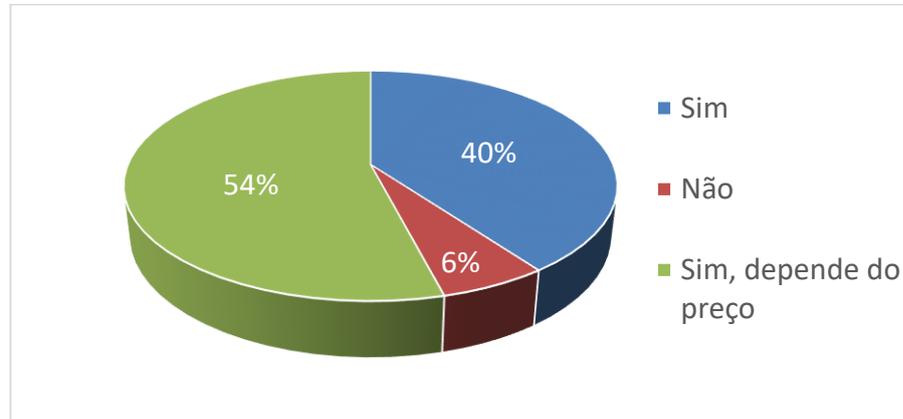


Fonte: Dados primários

17) A acupuntura para cachorros pode ajudar o animal a tratar diversas doenças e situações, principalmente em animais de idade avançada. Você toparia tratar seu cachorro com a acupuntura?

Um dos diferenciais do Quatro Patas é a possibilidade de contratação dos serviços de acupuntura especializada para animais, oferecendo tratamentos alternativos de reabilitação, para dores ou estresse. Na questão 17 é possível observar a boa aceitação do serviço, caso este seja oferecido a preços competitivos e justos.

Gráfico 16 - Intenção dos entrevistados em contratar o serviço de Acupuntura para seus cães



Fonte: Dados primários

18) Se surgisse a oportunidade de adotar outro animal e ganhar descontos em consultoria comportamental, sessões de adestramento ou diárias em PetHotel para facilitar a adaptação do animal à casa, à sua rotina e aos outros bichinhos que moram na casa, você teria outro *pet*?

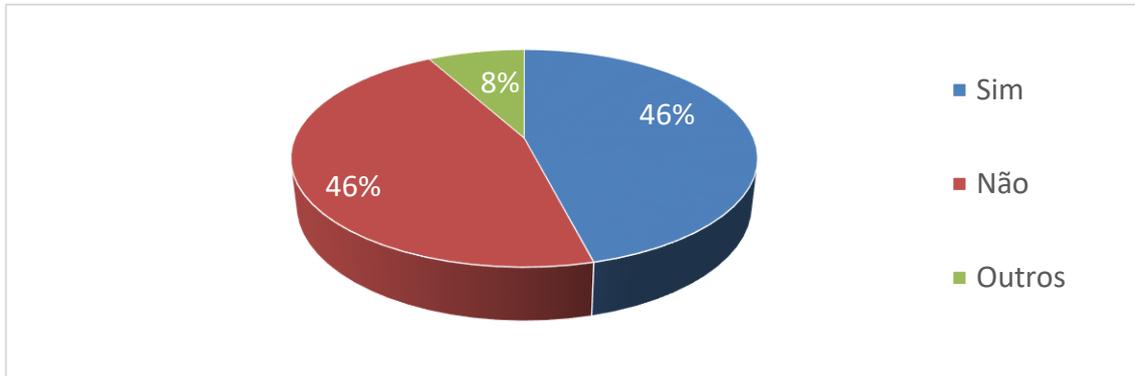
Na última questão o Quatro Patas busca confirmar a aceitação dos entrevistados para ações que apoiem a adoção de animais abandonados. A ação seria semanal, recebendo um animal por semana e divulgando sua rotina por meio das redes sociais para promover sua adoção, além de incentivar o apoio da sociedade a ONGs que socorrem, cuidam e abrigam animais abandonados e conscientizá-los quanto à adoção consciente e contra os maus tratos aos animais.

Seria trazido um cão de diferentes ONGs da região por semana, para ficarem de segunda a sexta feira hospedados no Quatro Patas e mostrar, na prática, como o hotel faz diferença na vida do *pet*. Além disso, caso o *pet* fosse adotado por meio da veiculação do Quatro Patas, ele ainda poderia ganhar descontos nos serviços oferecidos pelo hotel.

Com a pesquisa, porém, conclui-se que a idéia, por parte dos entrevistados, de adotar outro animal não foi muito bem recebida, por isso concluiu-se melhor por

adiar a implantação desta ação, podendo ser retomada após a fidelização dos clientes e estabilização do hotel no mercado.

Gráfico 17 - Intenção dos entrevistados em adotar outro cão através de ações de conscientização



Fonte: Dados primários

Através desta pesquisa foi possível concluir que o público alvo do hotel se caracteriza por homens e mulheres com idade entre 18 e 59 anos, que possuam cães como animais de estimação. Possuem famílias de três a quatro pessoas e vivem nos bairros Aparecida, Embaré e Ponta da Praia.

Foi possível também definir estratégias de marketing e diretrizes para as ações de marketing, além de esclarecimentos quanto à quantidade de baias por porte de animal.

2.2 Concorrentes

Como o ramo de hotelaria animal é novo na região e ainda está crescendo na cidade existem três concorrentes do Hotel quatro patas. São eles a Fortcão, *Dogland* e a *My Pets Nanny*, que é uma franquia de São Paulo que oferece vários serviços diferenciados relacionados aos cuidados dos animais. Além da hotelaria, é bem forte também a ideia de creche para animais e *pet sitter*, que são profissionais que irão cuidar do cão no domicílio do dono

Uma das cinco forças de Porter fala sobre o risco de novos entrantes no mercado como uma ameaça à organização, como citado no seguinte trecho.

“The risk of entry by new potential competitors: Threat of new entrants refers to the possibility that the profits of established banks in the industry may be eroded by new competitors. The extent of the threat depends on existing barriers to entry and the combined reactions from existing competitors. If entry barriers are high or the new-comer anticipates a sharp retaliation from established competitors (Porter, 1998), threat of entry becomes low. The circumstances discourage new competitors. The major barriers to new entries are many including patents and brand identification (Bateman & Snell, 2004).(INDIATSY et al., 2014).³”

³O risco de entrada de potenciais concorrentes: A ameaça de novos operadores refere-se à possibilidade de que os lucros dos bancos estabelecidos na indústria possam ser prejudicados por novos concorrentes. A extensão do dano depende das barreiras existentes à entrada e da combinação das reações dos concorrentes existentes. Se as barreiras à entrada são altas ou o recém-chegado antecipar uma forte retaliação de concorrentes estabelecidos (Porter, 1998), a ameaça de entrada torna-se baixa. As circunstâncias desencorajam novos concorrentes. As principais barreiras para novas entradas são muitas, incluindo patentes e branding (Bateman & Snell, 2004). (INDIATSY et al., 2014).

- **Fortcão**

Figura 1 - Logomarca Fortcão



Fonte: Site oficial Fortcão

Disponível em: <http://fortcao.com.br/themes/Fortcao/images/fortcao.png> Acesso em: Setembro.2016

Localizado na Rua João Caetano nº23, no bairro Campo Grande, possui cinco áreas de lazer com aproximadamente 120m² sendo duas ao ar livre e três cobertas. Contam com 13 quartos individuais e coletivos e salas climatizadas e higienizadas constantemente pelos monitores.

Oferecem serviços de creche, adestramento e *PetHotel*⁴, onde as diárias incluem alimentação e passeios. O adestramento, que é chamado de consultoria comportamental, é aplicado por um especialista em comportamento canino, onde o profissional realiza sessões em domicílio aplicando procedimentos específicos em cada caso particular, com a intenção de ajudar o dono a se comunicar e interpretar os sinais do *pet*. Por esse serviço é cobrado o valor de \$180.

O *PetHotel* é um serviço oferecido somente aos animais que já são clientes da creche, e cada diária sai por \$85,00.

Já os valores da creche variam conforme a quantidade de dias por semana contratados pelo tutor:

⁴ Local especializado em acomodar animais de estimação mediante pagamento de diárias.

Tabela 10: Valores cobrados pelo Fortcão para o serviço de creche

Dias por semana	Valor em Reais
1x por Semana	R\$ 50,00
2x por Semana	R\$ 96,00
3x por Semana	R\$ 146,00
4x por Semana	R\$ 196,00
5x por Semana	R\$ 230,00

Fonte: Site oficial Fortcão

- **DogLand Hotel**

Figura 2 - Logomarca Dogland Hotel

Fonte: Guia-se

Disponível em: <http://www.guia-se.com.br/painel/upload/fotos-clientes/131569/85867/dogland%20lg.jpg> Acesso em: Setembro, 2016

Localizado na Av. Afonso Pena, 760 - Macuco possui 1200m² equipados com quinze quartos com 10m² cada, todos com área coberta e solário, e sete quartos com 07m² totalmente cobertos. Todos os quartos são azulejados e possuem piso antiderrapante. O estabelecimento é equipado com sala de banho e três áreas de recreação ao ar livre gramada e arborizada, e bebedouros automáticos.

Os valores cobrados pela hospedagem e pelo *Day Care* se encontram representados nas tabelas abaixo.

Tabela 11: Valores cobrados pela Dogland para o serviço de hospedagem

Diárias	Valor da hospedagem por nº de animais		
	01 cachorro	02 cachorros	03 cachorros
1	R\$ 80,00	R\$ 140,00	R\$ 170,00
2	R\$ 160,00	R\$ 280,00	R\$ 340,00
3	R\$ 240,00	R\$ 420,00	R\$ 510,00
4	R\$ 320,00	R\$ 560,00	R\$ 680,00
5	R\$ 400,00	R\$ 700,00	R\$ 850,00
6	R\$ 480,00	R\$ 840,00	R\$ 1.020,00
7	R\$ 560,00	R\$ 980,00	R\$ 1.190,00
8	R\$ 640,00	R\$ 1.120,00	R\$ 1.360,00
9	R\$ 720,00	R\$ 1.260,00	R\$ 1.530,00
10	R\$ 800,00	R\$ 1.400,00	R\$ 1.700,00
11	R\$ 880,00	R\$ 1.540,00	R\$ 1.870,00
12	R\$ 960,00	R\$ 1.680,00	R\$ 2.040,00
13	R\$ 1.040,00	R\$ 1.820,00	R\$ 2.210,00
14	R\$ 1.120,00	R\$ 1.960,00	R\$ 2.380,00
15	R\$ 1.200,00	R\$ 2.100,00	R\$ 2.550,00
16	R\$ 1.280,00	R\$ 2.240,00	R\$ 2.720,00
17	R\$ 1.360,00	R\$ 2.380,00	R\$ 2.890,00
18	R\$ 1.440,00	R\$ 2.520,00	R\$ 3.060,00
19	R\$ 1.520,00	R\$ 2.660,00	R\$ 3.230,00
20	R\$ 1.600,00	R\$ 2.800,00	R\$ 3.400,00
21	R\$ 1.680,00	R\$ 2.940,00	R\$ 3.570,00
22	R\$ 1.760,00	R\$ 3.080,00	R\$ 3.740,00
23	R\$ 1.840,00	R\$ 3.220,00	R\$ 3.910,00
24	R\$ 1.920,00	R\$ 3.360,00	R\$ 4.080,00
25	R\$ 2.000,00	R\$ 3.500,00	R\$ 4.250,00
26	R\$ 2.080,00	R\$ 3.640,00	R\$ 4.420,00
27	R\$ 2.160,00	R\$ 3.780,00	R\$ 4.590,00
28	R\$ 2.240,00	R\$ 3.920,00	R\$ 4.760,00
29	R\$ 2.320,00	R\$ 4.060,00	R\$ 4.930,00
30	R\$ 2.400,00	R\$ 4.200,00	R\$ 5.100,00

Fonte: Dogland.

Tabela 12: Valores cobrados pela DogLand para o serviço de DayCare

Dias na semana	Valor
1	R\$ 40,00
2	R\$ 70,00
3	R\$ 100,00
4	R\$ 130,00
5	R\$ 160,00

Fonte: DogLand.

Um Diferencial na *Dogland* é a possibilidade de ser feito um *book* fotográfico dos animais durante sua hospedagem.

Funcionam de segunda a sexta das 9h as 18h e sábado das 9h as 17h.

- My Pets Nanny

Figura3 - Logomarca My Pet's Nanny

Fonte: Site oficial *MyPet'sNanny*

Disponível em mypetsnanny.com.br/wp-content/uploads/2015/09/site1.png. Acesso: Setembro 2016

É uma franquia pioneira em cuidados profissionais para *pets* (qualquer animal, incluindo animais silvestres) com filiais em São Paulo, ABC, Osasco, Cotia, Barueri, Alphaville, Santos, Rio de Janeiro, Niterói, Brasília-DF, Belo Horizonte e Curitiba.

Não possuem um local fixo para hospedagem ou atendimento direto aos animais, apenas o escritório da empresa, que se localiza na Rua Oswaldo Cochrane 317, sala 03, no bairro do Embaré. Todos os serviços são prestados na casa do contratante ou da babá de animais, que é uma pessoa contratada pela empresa e treinada para atender aos clientes seguindo o padrão de qualidade da empresa.

Entre os serviços oferecidos estão o *Pet Sitter*⁵ *em Casa*, que é um serviço de cuidados na residência do próprio animal, ou seja, no ambiente já conhecido pelo animal, onde cheiros, objetos e rotina já fazem parte da rotina.

Oferecem também o *Pet Sitter* Recreativo que tem foco nos animais com muita energia acumulada, sendo um programa intenso de atividades recreativas com duração de 2 ou 4 horas, incluindo alimentação, limpeza do local e aplicação de medicamentos se necessário.

Disponibilizam também o serviço de *Hospedagem em Domicílio*, onde o animal é recebido na casa de uma das babás e terá cuidado e supervisão 24 horas por dia. Cada babá não recebe mais do que três *pets* de donos diferentes na mesma residência.

O *My Pets* conta ainda com o serviço de *Dog Walker VIP* - Com duração de 30 minutos ou 1 hora as rotinas de passeios individuais são em uma entrevista presencial no início dos serviços para que seja programada uma rotina de exercícios a partir características do animal (idade, raça, condições de saúde e comportamento, ritmo, entre outros fatores).

⁵ Termo em inglês para “babá de animais de estimação”.

- DogHero

Figura 4 - Logomarca DogHero



Fonte: DogHero

A DogHero é uma empresa brasileira que surgiu de pessoas que não gostavam da ideia de deixar seus cães em hotéis ou com conhecidos. Em 2014 decidiram então criar uma plataforma online (<https://www.doghero.com.br>) e um aplicativo que também pode ser acessado pelas plataformas *Android* e *IOs*,

Os anfitriões ingressam no site a partir de um cadastro gratuito, onde ele define, entre seus dados como endereço e telefone, o valor que quer receber pelas diárias, o porte dos animais que poderá hospedar e, caso tenha algum animal em casa, ele adiciona suas as fotos e o espaço destinado ao hóspede. Terminado o cadastro, seu perfil será enviado para a aprovação da equipe da empresa, onde um membro da organização irá entrar em contato para conduzir uma entrevista de aprovação.

O dono dos animais, por sua vez, tem a oportunidade de escolher um dentre as varias opções de anfitriões caninos cadastrados, seja por localidade, preço, perfil ou avaliações, em diferentes cidades do país. É possível ainda tirar duvidas através de mensagens e até mesmo marcar um pré-encontro para conhecer o anfitrião e sua residência onde o cão poderá ficar hospedado.

Após a fase de apresentação entre dono, cachorro e anfitrião, o dono poderá verificar a disponibilidade do mesmo fazendo a reserva e o pagamento pelo site do DogHero. Os clientes pagam pelo site por boleto bancário ou cartão de credito e o repasse ao anfitrião é feito no final da hospedagem onde a DogHero fica com 25% do valor dos serviços prestados.

2.3- Fornecedores

Para poder oferecer seus serviços com a excelência que os clientes exigem, o Dog Hotel Quatro Patas necessita adquirir alguns insumos de fornecedores e parceiros.

“A empresa analisa o fornecedor para verificar a qualidade de seu serviço, para assim amenizar as problemáticas desta relação empresa/fornecedor. Fornecedor é um dos componentes mais importantes para o desenvolvimento de determinada empresa. A credibilidade deste seguimento, viabiliza a qualidade do produto e/ou serviço da empresa que com ele trabalhe, mantendo uma relação estável, colaborativa e de longo prazo, acarretará assim, vantagens competitivas pelo meio da melhoria de qualidade e diminuição de custo para ambos. “Análise do processo de aquisição de fornecedores da empresa unidade digital”(SOUZA et al., 2016).

Por isso, a empresa decidiu manter contato direto com alguns fornecedores, com outros foi mais vantajoso adquirir itens de revendedores e em outros casos ainda foi mais vantajoso terceirizar alguns serviços, como as sessões de acupuntura e fisioterapia, monitoramento de segurança e climatização do ambiente.

“O fornecedor é uma área funcional da Cadeia Logística, o seu papel dentro da logística moderna é de parceiro operacional, ou seja, oferece seus produtos e/ou serviços com o objetivo de acrescentar valor ao cliente. Isso Requer um relacionamento amplo, compreendendo desde o desenvolvimento em conjunto do produto até contratos de fornecimento com preços, qualidade e prazos sujeitos a uma mútua administração, visando à manutenção do mercado pela contínua satisfação do cliente.” (SOUZA et al., 2016).

A seguir será descrita a participação de cada um dos fornecedores escolhidos pelo Quatro Patas, e quais produtos ou serviços serão consumidos destas empresas.

- Petz

Figura 5 - Logomarca Petz



Fonte: Petz

É uma megaloja com artigos para todos os tipos de animais de estimação, comercializando desde rações até remédios e brinquedos diferenciados para cada espécie. Localizado na rua Dr. Manoel Tourinho num. 385, no bairro do Macuco em Santos, se encontra a uma quadra do Quatro Patas, o que facilita muito a entrega ou retiradas dos itens necessários, que se encontram a pronta entrega no local. O contato com a empresa é mantido por meio do telefone (13) 3202-7400.

Os artigos escolhidos para serem adquiridos foram bens duráveis relacionados ao bem estar no dia a dia dos animais, como comedouros e brinquedos. Fora isso, os itens de higiene fornecidos aos hospedes como shampoos também serão entregues pela Petz.

Na pesquisa realizada pelo Quatro Patas sobre a preferência de ração para cães dos possíveis clientes, a porcentagem obtida nas respostas da opção Outros ficou em segundo lugar, na frente de marcas consagradas do mercado, como a Pedigree, Golden e Purina DogChow, como é possível observar no gráfico abaixo. Por isso a empresa decidiu que cada cliente deve trazer a ração de sua preferência em quantidade necessária para o total de dias que seu animal ficará hospedado.

Serão disponibilizados também petiscos como forma de incentivo e recompensa pelos monitores para cães com mais dificuldades de seguir as regras e horários do Dog Hotel. Para isso, serão adquiridos os petiscos *Biscrok* da marca Pedigree, em pacotes de 1kg. O petisco para cães adultos de raças pequenas ou grandes são \$22,00 cada.

Pensando acima de tudo na diversão dos hospedes caninos, o Hotel tem muitos brinquedos espalhados pelo local, para que todos possam se divertir evitando

também brigas entre os animais e promovendo a socialização deles com outros cães e monitores diferentes. Os brinquedos disponibilizados serão bolinhas que variam seu valor entre \$7,99 e \$4,99 cada e mordedores em corda com nós por \$11,90 cada.

- **B.M. Refrigerações**

É a empresa responsável pela climatização do espaço interno do Dog Hotel Quatro Patas, promovendo um ambiente refrigerado, fresco e relaxante nos meses de verão intenso característicos na cidade de Santos e também na época de inverno um abrigo longe do frio, em um ambiente aquecido, acolhedor e aconchegante.

A empresa tem sede na cidade de Praia Grande, com opções de pagamento por depósito bancário e serviços oferecidos conforme agendamento prévio. Oferecem venda, instalação e manutenções preventivas de ar condicionados de todos os tipos e tamanhos.

- **Reabilita Animal**

Figura 6 - Logomarca Reabilita Animal



Fonte: Site Reabilita Animal

É uma clínica especializada em tratamentos de fisioterapia e acupuntura animal que são oferecidos na Clinvet, uma clínica veterinária situada na Praça Coronel Fernando Prestes, nº 46, em Santos. Entre os tratamentos disponibilizados estão a Acupuntura, Cinesioterapia, Eletroterapia, Termo terapia, Laser terapia, Magneto terapia, Fototerapia e Infrassom.

A Reabilita Animal cobra na primeira consulta mais a primeira seção de acupuntura o valor de R\$ 180 reais, após a primeira consulta será cobrado R\$ 85 reais por cada seção

O Público alvo da Reabilita passa por clientes de Classes A, B e C, mas se tornam independentes do poder aquisitivo, uma vez que os tratamentos muitas vezes são uma necessidade e causam uma grande melhora na vida dos cães, e não um artigo de luxo.

A parceria estabelecida com o Quatro Patas se dá através de eventuais contratações, por parte dos clientes do hotel para seus *pets*, de algum dos serviços disponibilizados pela clínica, que possam ser realizados dentro do hotel. Os tratamentos ocorrem enquanto os animais estejam hospedados, de modo a facilitar a rotina do tutor e do *pet*.

- **4pet**

4Pet é um aplicativo desenvolvido para tutores que possuem animais de estimação e encontram dificuldade de encontrar um único local que possa ter todas as necessidades que seu *pet* merece.

A plataforma busca proporcionar aos tutores de cães a comodidade e a praticidade de poder encontrar pet shops, clínicas, hotéis e hospitais veterinários diretamente na tela do celular, sem precisar sair de casa.

A parceria entre o *Dog Hotel Quatro Patas* e a 4Pet se dará por meio do cadastro do hotel no aplicativo onde estarão disponibilizadas, por meio da plataforma, as informações referentes ao hotel.

3- PLANO DE MARKETING

3.1- Descrição dos principais produtos e serviços

Os principais serviços oferecidos para cães de pequeno, médio ou grande porte pelo *Dog Hotel Quatro Patas* são hospedagem, onde os animais passarão a noite no local, e *Day Care*, onde os cães chegam e saem até certo horário do dia. Além destes, também há a possibilidade, apenas para os clientes do hotel, da contratação do tratamento de acupuntura, uma parceria firmada com a clínica *Reabilita Animal*, onde será cobrado um valor diferenciado e à parte da hospedagem ou *Day Care*.

No serviço de hospedagem o animal dará entrada no dia agendado e só deve sair, no mínimo, no dia seguinte, correspondendo a pelo menos uma diária. O serviço inclui uma baia individual por animal onde ficarão seus pertences como ração, brinquedos, comedouros e cama; participação nas atividades recreativas programadas; dia de piscina conforme condições climáticas; horário de almoço e descanso e inclui também uma cortesia do hotel, um banho a cada sete dias de estadia.

Já no serviço *Day care* os animais podem entrar às 08 horas da manhã e são deixados com o monitor responsável para início da programação do dia, e podem sair até as 19 horas do mesmo dia. O atendimento é realizado de segunda a sexta feira e dá direito, assim como na hospedagem, a uma baia individual por animal onde ficarão seus pertences pessoais, participação nas atividades recreativas programadas, dia de piscina conforme condições climáticas e horário de almoço e descanso. Caso o tutor deseje, o serviço de banho é disponibilizado mediante um acréscimo no valor contratado, já que não é considerada uma cortesia do hotel.

A acupuntura em cachorros é feita da mesma maneira que nos humanos. As agulhas são aplicadas no corpo e servem para estimular o sistema nervoso. Dessa forma, sinais são transmitidos ao cérebro, que responde positivamente e produz substâncias que aliviam a dor do animal e estimulam os movimentos.

Figura 7 - Cachorro em sessão de Acupuntura



Fonte: Divulgação

“Acupuncture is currently one of the most popular and commonly used complementary and alternative treatments in veterinary medicine due to its long history of use, increasing scientific evidence of efficacy and inclusion in curriculums of United States Colleges of Veterinary Medicine.

Acupuncture has been used to treat animal diseases in China for more than 2,000 years. Today, the number of veterinarians in the United States (US) who practice acupuncture is estimated to be 4,300, which is approximately 6% of all practicing veterinarians.” (WEDEMEYER, 2012)⁶

Em ambos os serviços, para que o cão possa ser aceito é preciso que o dono preencha uma ficha de cadastro fornecida pelo hotel com informações do animal e do dono, traga a carteira de vacinação atualizada do *pet*, e também uma liberação veterinária comprovando que o animal não possui parasitas ou alguma outra doença contagiosa aos outros animais. Além disso, fica claro ao dono que caso o cachorro precise de medicação controlada é de sua responsabilidade fornecer os medicamentos aos monitores responsáveis.

⁶ Acupuntura é atualmente um dos mais populares e comumente utilizados tratamentos complementares e alternativos na medicina veterinária devido à sua longa história de uso, aumentando as evidências científicas de eficácia e inclusão nos currículos dos Colégios de Medicina Veterinária dos Estados Unidos.

A acupuntura tem sido usada para tratar doenças animais na China há mais de 2.000 anos. Hoje, o número de veterinários nos Estados Unidos que praticam a acupuntura é estimado em 4.300, o que corresponde a aproximadamente 6% de todos os veterinários praticantes. (WEDEMEYER, 2012)

A alimentação de cada animal será fornecida pelos próprios donos, pois cada cão tem sua particularidade, e as rações variam conforme marca, preço, porte e idade. Submeter o animal à uma mudança brusca na alimentação pode levar a desconforto abdominal e também dificultaria a adaptação do animal ao ambiente do hotel.

3.1.1 Leis e Normas Vigentes

Além dos documentos necessários para montar a empresa, é preciso ter um alvará de funcionamento junto a prefeitura, uma licença da Vigilância Sanitária para saúde e trato com animais. Hotéis para animais se enquadram no artigo 1º do decreto 40.400 de 1995 que será especificado a seguir. Precisam obter também um registro no conselho no tocante ao estado de São Paulo, sendo o órgão responsável o CRMV-SP (Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado de São Paulo).

Em 1995 foi aprovada a Norma Técnica Especial relativa à instalação de estabelecimentos veterinários, sendo o decreto 40.400, estabelecido pelo governador Mario Covas em 24 de Outubro deste ano. Nos Anexos deste plano de negócios estão os pontos que se enquadram neste empreendimento.

3.2- Preço

O preço é parte fundamental da estratégia, o empreendedor deve observar se o seu preço está em comunhão com o que o mercado pretende pagar e o valor cobrado pelos principais concorrentes diretos, o preço dos serviços ofertados no hotel estarão de acordo com o que é praticado no mercado já que existem outros concorrentes na região.

“O preço talvez seja a maneira mais tangível de se agir no mercado, pois pela política de preços a empresa pode criar demanda para o produto, segmentar o mercado, definir a lucratividade da empresa, mudar penetração do produto no mercado sempre tendo como referência o valor que o consumidor vê no produto e não o preço que a empresa acha que ele deve ter” (DORNELAS, 2008)

A Pesquisa Nacional de Saúde feita pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e estatística) realizada em 2013 apontou que 44,3% dos domicílios do país possuem pelo menos um cão, o que dá uma média de 1,8 cachorro por domicílio no Brasil.

Na última década ocorreu um substancial aumento do poder aquisitivo dos brasileiros, as famílias começaram a investir mais em seus animais de estimação em todos os sentidos, seja em inovações ou até mesmo em alimentos e gastos rotineiros como tosa e banho, o animal é tratado com proximidade, como se fosse um membro da família.

Após algumas pesquisas e conhecimento dos concorrentes, é possível dizer que os clientes estão dispostos a pagar pelo melhor serviço e exigir do mesmo um alto grau de qualidade.

O Hotel terá dois serviços oferecidos aos clientes, um será a hospedagem, a qual o dono deixara seu cão(s) aos nossos cuidados por um período determinado e uma quantia determinada também e o outro será o serviço de *Day care* (creche para cães) onde o cão ficará conosco diariamente em dias pré determinados pelo dono e terá horário de entrada e saída .

As instalações serão divididas em três blocos, o fator que irá definir em qual bloco que cada animal se hospedará é o peso, como fica estabelecido na tabela a seguir:

Tabela 13: Classificação dos hóspedes

Peso do Cachorro	Classificação	Bloco
De 5 a 10kg	P	Amor
De 10 a 25 kg	M	Respeito
Acima de 25 kg	G	Zelo e Atenção

Fonte: Dados dos sócios

3.2.1 Método 70-20-10

Santos é uma cidade que passa por um processo de verticalização acelerado nos últimos anos, onde faltam espaços para empreendimentos térreos. Os poucos imóveis a venda na cidade são altamente valorizados, o que se confirma na pesquisa publicada pelo CTE (2015) apud: Ibope Inteligência (2011), onde afirma-se que Santos é a cidade mais vertical do país.

O número de famílias de classe A e B que moram em prédios supera o número de famílias que moram em casa, e é exatamente por isso e por meio de conversas com outros empreendedores do setor hoteleiro para cães e outros profissionais ligados diretamente a área animal em Santos que é possível estipular que 70% dos cães de Santos, são cães de pequeno porte, 20% dos cães de Santos, são cães de médio porte e 10% dos cães de Santos, são cães de grande porte.

O preço a ser praticado vai depender do período de tempo que o hospede irá ficar e outros fatores como:

- Necessidade de cuidados especiais, tal como curativos e fraldas, e cães que necessitam da aplicação de medicamentos diariamente, será cobrado 10% a mais no valor da diária referente a esses cuidados.
- Número de cães por cliente: Dois cães = 10% de desconto, mais de dois cães = 20% de desconto.

Tabela 14 - Preço da hospedagem para cães de médio e grande porte

Preço da diária	R\$ 90,00
Preço Semanal	R\$ 630,00
Preço Mensal	R\$ 2.700,00

Fonte: Dados Primários

Tabela 15 - Preço da hospedagem para cães de pequeno porte

Preço da diária	R\$ 85,00
Preço Semanal	R\$ 595,00
Preço Mensal	R\$ 2.550,00

Fonte: Dados primários

O que estará incluso no preço acertado:

- Recreação com monitores e grupo, em casos isolados separadamente
- Banhos inclusos no período de 7 dias.
- Possibilidade de acompanhar a rotina e relatórios online em qualquer lugar do mundo sobre o cão.

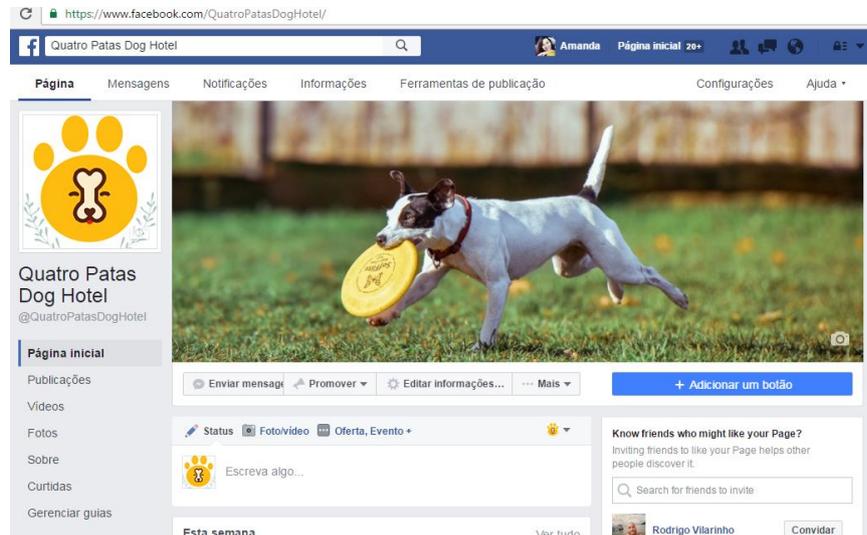
3.3- Estratégias promocionais

O início das operações do estabelecimento será marcado por uma grande campanha de marketing de forma a atrair o maior número de clientes e tornar a marca conhecida na região. Após esta etapa, contamos com o marketing boca a boca para chegar nos públicos A e B, através de indicações de grandes veículos comunicadores da cidade que possuem o mesmo público alvo.

Por estar em uma cidade com uma enorme variedade de *pet shops*, a proposta inicial é fazer parcerias com estas lojas, além de grandes *pets center*, que possuem o maior *marketshare* da cidade. São eles a Petz, Pet Shop Molecão, Pet Shop Ebenézer e Empório Animal. Para atrair os clientes destes estabelecimentos oferecemos uma porcentagem de 10% de desconto na primeira estadia do animal no hotel.

Além destas ações o hotel também manterá uma pagina no *Facebook* sempre atualizada, informando seus internautas sobre as últimas novidades do ramo *pet*, interagindo com os consumidores e divulgando a empresa com vídeos, fotos e depoimentos, com intuito de promover o hotel e ter mais contato com o público, postando conteúdos relacionados aos cães e ao dia a dia do hotel.

Figura 8 - Página em mídias sociais: Facebook



Fonte: Dados Primários

Figura 9 - Logomarca Quatro Patas



Fonte: Dados Primários

O logo é um importante atrativo do negócio, uma vez que possui uma forte influência na escolha dos consumidores, sendo a assinatura da empresa. A imagem traduz visualmente a personalidade da empresa, podendo gerar uma maior identificação e lembrança para os consumidores.

“Marketing and design are interconnected. Innovative design opens up new markets and clever design rekindles interest in a mature market Well designed products communicate quality and value to the consumer. Logotypes, leaflets, packaging and signage provide visual cues to reinforce the values of the company to the customer (BRUCE, M; DALY, L, 2007)⁷”

Ter sua identidade visual solidificada na mente de seus clientes em potencial pode refletir em novas vendas, pois o negócio ganha credibilidade e será a primeira referência em hotéis para cães na mente da população santista.

Na imagem escolhida como logomarca da empresa o signo faz referência a um focinho de um cão sobre uma pata de cachorro, refletindo de maneira afetiva e engraçada o nome da empresa. Buscando chamar a atenção do consumidor para a imagem, além de expressar diversão e vitalidade a cor amarela é predominante em todo o logo, expressando otimismo e sentimentos agradáveis para atrair atenção do público.

O coral de flores presente no logo reflete a sustentabilidade que é implantada no negócio com o uso de containers no espaço físico e a preocupação dos sócios com o tema.

3.4- Estruturas de comercialização

Os canais de comercialização podem variar conforme o produto ou serviço oferecido e conforme os seus custos. O Quatro Patas necessita de diferentes canais como atendentes bem treinados via telefone de contato, internet, redes sociais, e empresas parceiras.

⁷ Marketing e Design estão interconectados. Design de inovação abre novos mercados e design inteligente reacende o interesse em um mercado maduro. Produtos bem desenhados demonstram qualidade e valor ao consumidor. Logotipos, folhetos, embalagens e “signage” fornecem dicas visuais que reforçam os valores da companhia para o consumidor.

O hotel disponibilizará canais de venda através de seu site⁸ que apresenta seus serviços de forma clara e dinâmica, fornecendo as informações da empresa e facilitando o contato com os gestores. Na página constam o endereço, telefone e os serviços oferecidos, assim como a equipe responsável e seus parceiros.

Estas informações também estarão disponíveis na AT Revista, uma revista semanal, com publicação aos domingos juntamente ao jornal A Tribuna. Segundo pesquisa da própria revista, seus leitores são em sua grande maioria de público de alta renda. Considerando a importância na divulgação de serviços e produtos da região da Baixada Santista, a AT revista é um dos pontos cruciais da estratégia do Dog Hotel Quatro Patas de alcançar o consumidor A e B da cidade de Santos.

A AT Revista tem uma seção dedicada a animais e segundo a redação da revista a seção Mundo Pet tem um alto índice de interação junto aos leitores.

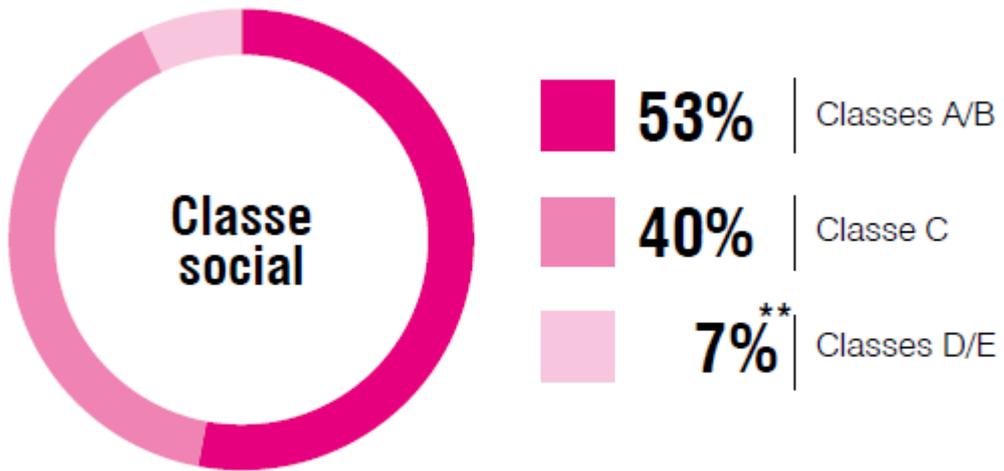
Tabela 16 - Estatísticas AT Revista

28% dos leitores de AT revista adquirem rações para cães e gatos.	65% acima da média da população regional
53% dos leitores de AT revista tem cães	18% acima da média da população regional

Fonte Ipsos: Estudos Marplan EGM – 1º semestre de 2014 – Santos e Região. Filtro: Lêem AT Revista (Santos e Região)

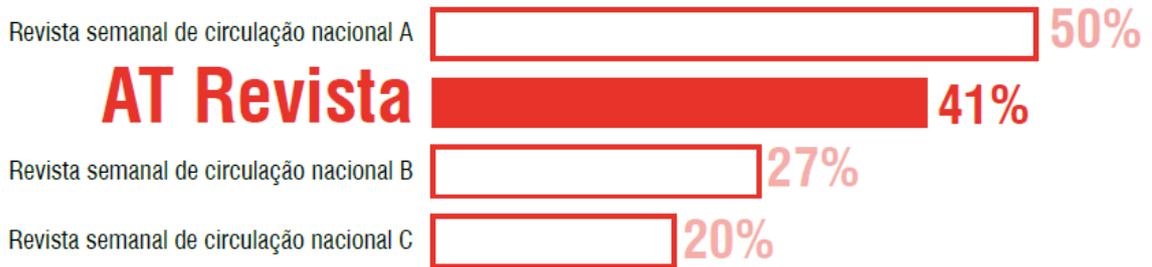
⁸ Disponível em <<http://pethotelsantos.wixsite.com/quatropatas>>

Figura 10- Classe social dos leitores da AT Revista



Fonte: Jornal A Tribuna – AT Revista

Figura 11 - Penetração de mercado da AT Revista



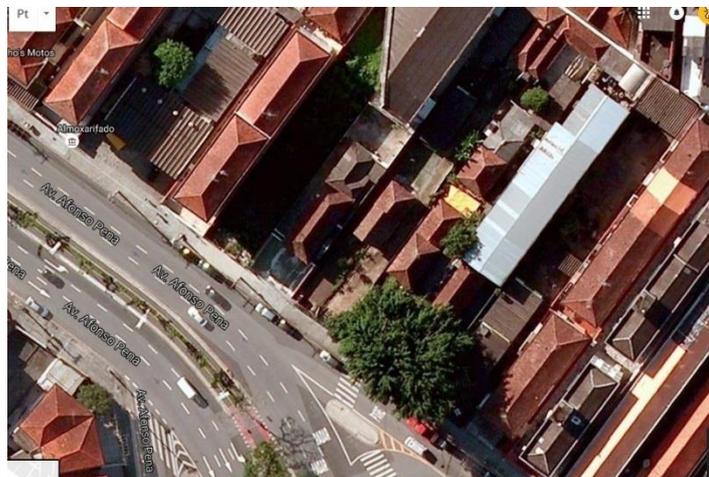
Fonte: Atribuna

3.5 Localização

O Dog Hotel Quatro Patas se localiza na Avenida Afonso Pena nº 553, no bairro Estuário. Este é um ponto de muita movimentação por estar uma via que interliga a cidade de norte a sul. Trata-se de um local de área mista, possuindo tanto estabelecimentos comerciais como residências, já que, segundo o Artigo 25 do decreto 40.400 de 1995, onde foi aprovada a Norma Técnica Especial relativa à instalação de estabelecimentos veterinários.

“A escolha do local adequado para instalar o empreendimento pode significar a diferença entre o sucesso e o fracasso. Isso acontece porque essa decisão envolve uma série de condições muitas vezes ignoradas pelo futuro empreendedor, ao priorizar as preferências pessoais (”Malheiros, Cristiano e Cunha 2005)”

Figura 12 - Localização: Vista aérea



Fonte: Google Maps

Figura 13 - Localização: Vista Frontal



Fonte: Google Maps

Tabela 17 - Resumo dos dados do local

Endereço	Av. Afonso Pena, 553
Bairro	Estuário
Cidade	Santos
Estado	São Paulo

Fonte: Google Maps

Este local foi escolhido devido ao seu espaço disponível e também sua localização. São 750 metros quadrados disponíveis, espaço suficiente para uma grande infra-estrutura e espaço para acomodar os animais. Está próximo a outras importantes avenidas com grande movimento da cidade, como a Avenida Pedro Lessa e Almirante Cocrane, se estabelecendo em um bairro próximo aos que se encontram o público com renda A e B na cidade.

4 - PLANO OPERACIONAL

Por já terem altos custos com a compra e adaptações do terreno os sócios optaram por instalações não fixas, aderindo à idéia de contêineres adaptados para habitação, realizando um projeto inovador e sustentável, demandando menos gasto com construção. Por Santos ser uma cidade portuária, houve uma maior facilidade na aquisição de mão de obra para sua adaptação e instalação.

4.1 - Layout e arranjo físico

Durante as buscas de um local que pudesse abrigar as instalações e atendesse às necessidades do Quatro Patas de estar próximo de seu público alvo, foi encontrado um desafio que afetaria diretamente o faturamento da organização: os elevados custos de construção e reforma para adaptação do ambiente escolhido às necessidades do estabelecimento. Isso posto, o Hotel optou por instalar suas habitações em contêineres adaptados, visando também o conceito de sustentabilidade implícito nessa escolha, que nos dias atuais é um diferencial que agrega valor a qualquer empreendimento.

“Ao analisar o contexto em que vivemos, constata-se que a construção civil é um dos setores que mais consome os recursos naturais e degrada o meio ambiente, gerando uma grande quantidade de resíduos. Ela “não gera resíduos nocivos para a vida humana, no entanto é responsável pelo consumo de 75% dos recursos naturais do planeta.” (PORTAL VGV, 2010). Esta colocação tem base no ciclo de vida da edificação, desde a fabricação dos materiais de construção, transporte dos mesmos, até a obra propriamente dita, sua vida útil e demolição com a deposição final dos materiais.(MUSSNICH, 2015)”

Contêineres são projetados para serem ultra-resistentes, suportando grandes mudanças climáticas e podendo ser empilhado, suportando também várias vezes o seu próprio peso, o que possibilita a verticalização do projeto arquitetônico, poupando espaço que poderia ser aproveitado para diversão dos animais. Por se integrar facilmente a diversos materiais como madeira, vidro e concreto sua

semelhança com instalações em alvenaria⁹ são muito grandes, porém contando com o diferencial que o hotel buscava: os baixos custos.

No projeto foram utilizados oito contêineres de 40 pés reutilizados, cada um deles medindo em sua área interna 2,35 metros de largura, 12 metros de comprimento e 2,35 metros de altura. Os contêineres são adaptados e revestidos internamente para adequação da temperatura e da acústica, evitando que o som do ambiente interno não atrapalhe a vizinhança e o som da avenida não assuste os animais.

4.1.1 – Área Interna

Os animais ficam em áreas individuais, todas contando com contêineres cobertos e revestidos com isolamento térmico proporcionando um maior conforto ao hóspede. Além disso, as baias contam com uma área coberta e um solário, possibilitando abrigo e sol para todos os animais. Contam também com uma área de recreação coberta que se encontra no centro das baias, para que em dias de temperaturas extremas ou chuva os animais possam manter suas atividades em segurança.

Toda a área interna do hotel é revestida com piso claro, possibilitando a visualização imediata de qualquer sujeira que apareça. Além da limpeza diária do hotel, após a saída de cada hóspede ainda é realizada a higienização e desinfecção das dependências com produtos especializados para ambientes habitados por animais, diminuindo assim os riscos de contaminação para os *pets*.

⁹ Material com o qual são construídas paredes, muros etc; geralmente, refere-se às pedras que não foram lavradas. Obra executada com tijolos, pedras brutas, cantaria etc., unidos por meio de argamassa, cimento, gesso etc. Fonte: Dicionário Online de Português. Disponível em <<https://www.dicio.com.br/alvenaria/>>

4.1.2 – Área Externa

Já na área externa, o Hotel conta com grande área livre, dividida em três ambientes, separando os animais por suas particularidades, seja devido a não castração do cão ou a animais não socializados. As áreas utilizadas para recreação serão revestidas por grama natural proporcionando mais conforto térmico e higiene. Os sócios e os monitores são treinados e capacitados para cuidar e divertir os animais, acompanhando todas as atividades seja na piscina, que é cercada e se mantém trancada nos momentos em que não é utilizada, ou nas áreas de recreação coberta e ao ar livre, cuidando para que nenhum acidente venha a ocorrer e também para que os hóspedes tenham uma boa socialização entre eles.

Dos oito contêineres utilizados, um ficou destinado à administração, um para área de atendimento aos clientes e outro dedicado a áreas comuns dos colaboradores, como vestiário e sala de descanso. Quatro foram destinados aos boxes, com capacidade para atender 35 animais de pequeno e médio porte. Cada box conta com 7m² divididos entre área coberta e solário. O local conta ainda com uma pequena área para funcionários e clientes deixarem seus automóveis enquanto estiverem nas dependências do hotel

Figura 14 - Área externa: Frente



Fonte: Dados dos sócios

Na entrada a esquerda está a entrada principal para clientes e a recepção do *Dog Hotel*. Neste espaço são realizados o cadastramento dos *pets*, *check in* e *check out* dos animais, fornecimento de *login* e senha de monitoramento e toda a parte de atendimento ao cliente. Nesta área a circulação dos animais é totalmente livre desde que seus tutores ainda estejam presentes. No pavimento elevado à frente das instalações encontra-se a administração da empresa, com atuação principal dos sócios neste ambiente.

Figura 15: Boxes



Fonte: Dados dos Sócios

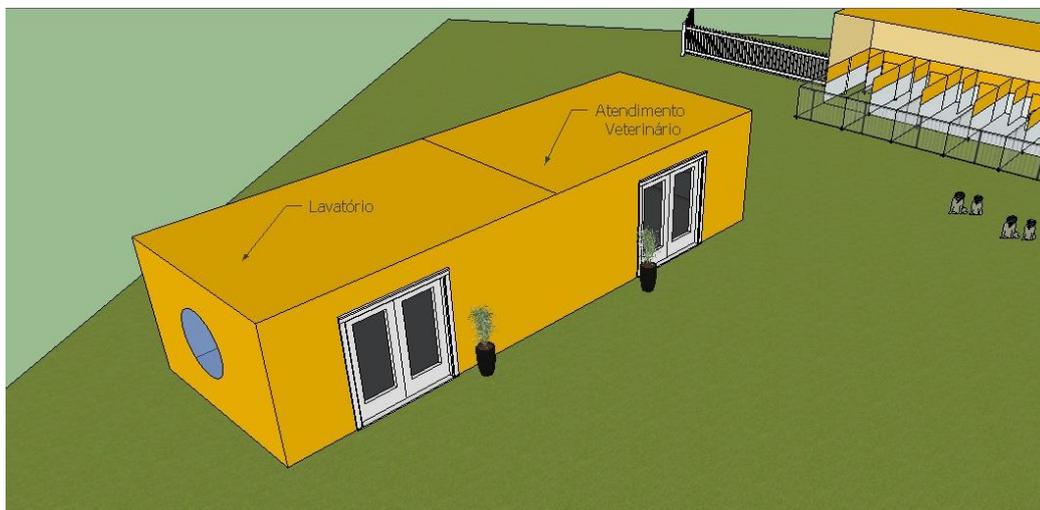
Cada box conta com 4m² de área coberta e 3m² de solário. Cada pavimento conta com oito boxes, todos azulejados conforme consta em legislação e com uma área reservada com um visor para que os monitores possam atestar o bem estar dos animais mesmo que em seus horários de descanso e sono. Segundo o decreto 40.400 de 24 de outubro de 1995, Artigo 6º, item XIII, já citado neste plano de negócio.

Cada box conta também com um pequeno armário suspenso para guardar os itens pessoais de cada animal. Seus brinquedos, coleira, comedouros e cama estarão no boxe reservado ao *pet* conforme a contratação do o dono, evitando assim que se confundam os itens entre os animais.

4.1.3 – Acupuntura

Há também, um espaço dedicado aos banhos e acupuntura que tem como público alvo os cães mais velhos que sofrem de doenças e dores crônicas. A acupuntura veterinária é um tipo de tratamento alternativo que colabora com a saúde dos cães em qualquer fase da vida do animal, mostrando resultados também em cães ansiosos ou muito agitados. O método ainda gera dúvidas e não tem nenhuma comprovação científica, mas os médicos e mesmo os veterinários garantem sua eficácia.

Figura 16 - Atendimentos Específicos: Banho e Acupuntura



Fonte: Dados dos sócios

Na área dedicada exclusivamente aos animais, o Hotel conta com uma piscina na área de recreação além de um pavimento para SPA, onde estão instalados a sala de atendimentos veterinários, para possíveis ocorrências de caráter médico e também a realização das sessões de acupuntura contratadas com antecedência, e, ainda no mesmo pavimento, e a sala de banho, que foi projetada para atender a animais de diferentes tamanhos e pesos, com todas as instalações e utensílios em aço-inox, facilitando a limpeza e assepsia do ambiente e atendendo a legislação vigente no Artigo 15.

A sala está posicionada estrategicamente ao lado da área externa de lazer para facilitar a higienização dos animais após as atividades de forma rápida, sem

permitir que circulem pela área interna do hotel enquanto estiverem sujos ou molhados.

4.2 - Capacidade Produtiva, comercial e serviços.

O Quatro Patas conta com 35 baias ao total, onde 15 são destinadas a cães de pequeno porte, 10 para cães de médio porte e 10 para animais de grande porte separadas por pavimentos diferentes, porém estes números podem variar conforme a demanda do hotel.

Por ser um serviço de caráter sazonal, espera-se que sua capacidade máxima seja atingida nos meses de Janeiro, Junho, Julho e Dezembro, época de férias e feriados prolongados onde as pessoas tendem a viajar mais. Nos outros meses do ano espera-se mais clientes em busca do serviço da creche, onde os animais podem ficar das 07 horas às 19 horas, contando com as mesmas regalias oferecidas aos contratantes da hospedagem.

Se preparando para atender ao crescimento da demanda nessas datas, o Dog hotel optou por manter um quadro menor de funcionários durante o ano para contratar mais profissionais para temporada. Assim, é necessário gerenciar também a compra de insumos fundamentais, já que não foi reservada uma área para estoque, uma vez que os donos dos pets trarão suas respectivas alimentações e itens pessoais para que o animal se adapte melhor ao Hotel, evitando a necessidade de um lugar específico para tal fim.

4.2.1 Processos Operacionais

Além do serviço de Hospedagem, também haverá o serviço de *Day Care*, destinado a donos de cães que não podem ou não querem deixar seu cachorro sozinho nos momentos em que precise se ausentar. O horário de entrada é a partir das 8 horas, e de saída é até as 19 horas do mesmo dia. Os animais serão alimentados e terão atividades diárias com horários programados para que gastem energia, se alimentem e se divirtam.

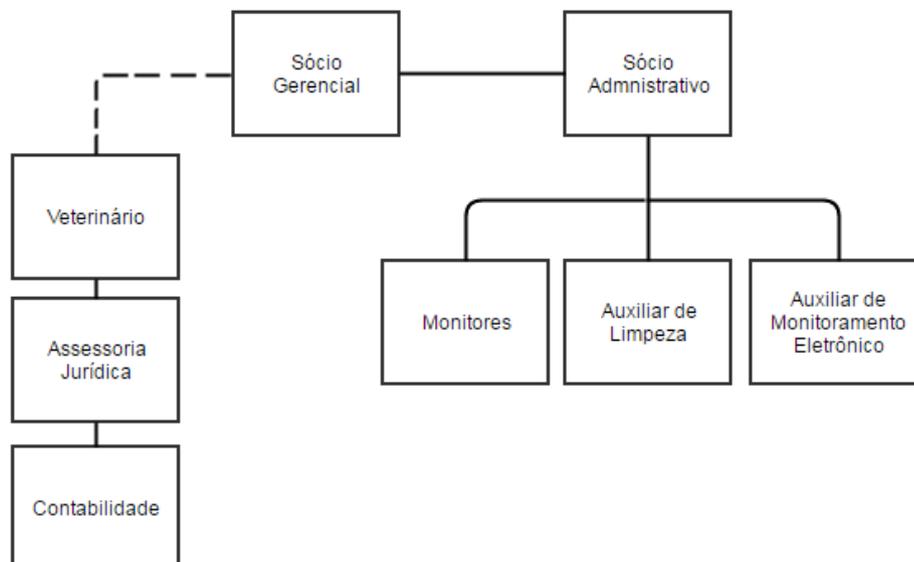
Os sócios terão participação constante no dia a dia da empresa tendo a responsabilidade de tarefas administrativas e também operacionais. A princípio, as decisões da empresa serão discutidas internamente entre os sócios para assim

decidirem o melhor caminho a ser escolhido, não existindo, de imediato, planejamento formal do futuro da empresa.

No ramo *pet* no Brasil, qualquer empresa que comercialize ou ofereça serviços para animais precisa da certificação de um veterinário para liberação de alvará para o estabelecimento. Assim sendo, o Hotel terá um veterinário em seu quadro de funcionários, porém o mesmo não irá atuar diariamente ou estará diariamente no hotel, toda e qualquer ocorrência que o cão vir a ter no hotel, será encaminhado ao veterinário de confiança do dono, informação preenchida na ficha de cadastro logo na entrada do animal.

O Hotel para cães Quatro Patas terá no seu quadro de funcionários, dois monitores que estarão atuando a partir de um treinamento oferecido e pago pelo Hotel. Além dos funcionários já citados, haverá também um auxiliar de monitoramento eletrônico ficando de madrugada no hotel dando segurança e credibilidade ao estabelecimento.

Figura 17 - Organograma da Empresa



Fonte: Dados dos sócios

A seguir estão descritas as etapas dos serviços prestados pela empresa em um dia de atendimento, desde o contato com o cliente até a hora do descanso dos animais.

- 1- O processo operacional começa com a reserva do hóspede e sua chegada diretamente no hotel. A reserva poderá ser feita por um dos nossos funcionários ou até mesmo pela internet no site oficial do hotel
- 2- Após a confirmação e pagamento da reserva, deverá ser informada a data de chegada do hóspede e sua permanência (lembrando que o cão deverá passar por um dia de experiência no hotel para saber se vai se adaptar nesse período longe do dono)
- 3- Quando o dono e cão chegam serão recepcionados por um dos sócios ou até mesmo um dos funcionários.
- 4- Em seguida, o Dono do cão, deve efetuar o pagamento da estadia do animal, será informado dos regulamentos da empresa e procedimentos caso este queira estender sua estadia, além de informações sobre os boxes, as refeições e a rotina do hotel.
- 5- Passadas todas as informações, o monitor deverá levar o animal até sua estadia.
- 6- O serviço de manutenção e limpeza ocorre em diferentes horários, enquanto os cães estão se divertindo, o pessoal da limpeza está limpando seus aposentos.
- 7- A cada meia hora os cães são soltos em uma das três áreas de recreação do hotel, impossibilitando fêmeas não castradas de estarem em contato com machos não castrados e até mesmo aqueles cães mais bravos que tem uma tendência a brigar mais do que os outros
- 8- As 13:00 será distribuído o almoço aos cães com a ração indicada pelo dono.
- 9- A partir das 14:30 teremos horário de lazer durante uma hora ministrada pelos monitores, na área externa, coberta ou na piscina.

- 10- As 17 horas será o último horário dos monitores onde eles vão ministrar atividades para os cães até o entardecer
- 11- As 18:00 será o horário da janta dos animais em suas baias individuais, podendo já ficar em seus aposentos para o período noturno.
- 12- As 19 horas é iniciado o horário da saída dos animais clientes do Day Care.
- 13- As 20:30 será feita a última visita aos seus aposentos antes do horário de dormir, realizando os cuidados e a limpeza necessária

4.2.2 Necessidade de Pessoal

O Hotel é uma pequena empresa, logo possuirá poucos funcionários. Todos receberão treinamento e ambientação fornecidos pela empresa, seja para se interarem de quais são as expectativas por parte dos empregadores quanto aos seus serviços, até mesmo promovendo a qualificação do funcionário.

É necessário fazer uma projeção de todas as pessoas que irão trabalhar no empreendimento, sejam associadas ou contratadas, dizendo quais são seus cargos e os descrevendo.

“Com o recrutamento e seleção realizando de maneira eficiente e eficaz, as organizações conseguem diminuir a rotatividade de pessoas, que é exatamente um dos problemas que as empresas estão passando nos últimos anos, elas podem ser provocadas pelas pessoas ou pela própria organização, além de diminuir a rotatividade, estabelece a satisfação dos cooperados, realocando-os e reconhecendo-os, e conseqüentemente a redução dos custos com contratações e demissões” (SOUZA, 2016)”

Para compor o quadro, inicialmente a empresa irá contar com o apoio dos sócios tanto nas funções estratégicas quanto operacionais. Algumas funções serão terceirizadas para melhor eficiência da empresa, e são as áreas responsáveis pela limpeza e higiene do hotel, a segurança e a vigilância do mesmo, além de áreas mais estratégicas como o jurídico e a contabilidade que serão exercidas por um escritório da região suprindo as necessidades do hotel nessa área.

Tabela 18 - Cargos e funções

Cargo / Função	Qualificações necessárias
Sócio Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> - Liderança - Visão de mercado - Responsável pelas campanhas de marketing do hotel e redes sociais - Responsável pelas finanças do hotel com o auxílio do contador contratado. - Auxílio em toda a rotina diária do hotel
Sócio Gerencial	<ul style="list-style-type: none"> - Liderança - Contato com Clientes e funcionários da empresa - Responsável pela contratação e demissão de funcionários - Responsável pela compra e venda de novos materiais - Auxílio em toda a rotina diária do Hotel
Veterinário	<ul style="list-style-type: none"> - Formação Superior Completa em - Medicina Veterinária - Gostar muito de cães - Ter bom relacionamento interpessoal com os funcionários
Auxiliar de Monitoramento eletrônico	<ul style="list-style-type: none"> - Residir em Santos ou São Vicente - Experiência na área será diferencial - Disponibilidade para atuar no período noturno - Curso certificado em monitoramento eletrônico
Monitor	<ul style="list-style-type: none"> - Residir em Santos ou São Vicente - Gostar de cães - Ser flexível e comprometido - Ter disponibilidade de fazer os cursos que o hotel oferecerá - Bom Relacionamento Interpessoal com funcionários e clientes
Auxiliar de limpeza	<ul style="list-style-type: none"> - Residir em Santos ou São Vicente - Gostar de cães - Bom Relacionamento Interpessoal com funcionários e clientes - Experiência na área

Fonte: Dados do sócio

5. Plano Financeiro

No Plano Financeiro são mensurados os valores empregados em investimentos, gastos com mão de obra, capital de giro, estoque inicial, entre outros para que seja avaliada a saúde financeira da organização e definir e modificar estratégias, a fim de se obter processos enxutos e focar apenas gastos inteligentes.

Todos os preços foram pesquisados em sites conhecidos por sua responsabilidade com a qualidade na venda e entrega, além de também serem encontrados em lojas físicas na cidade de Santos.

5.1 Investimento

Na primeira planilha são definidos os investimentos necessários para que o *Dog Hotel* possa iniciar suas funções. Foram estabelecidos os valores de móveis, utensílios, equipamentos veterinários, equipamentos de banho e tosa e de informática, assim como as instalações abrigadas em containeres adaptados, para que se chegasse a um valor de estoque inicial.

Tabela 19 - Máquinas e equipamentos para investimento

Maquinas e Equipamentos				
Item	Descrição	Qtd.	Valor Unitário	Total
1	Telefone sem Fio IntelBras	3	R\$ 84,90	R\$ 254,70
2	Lavadora de Alta Pressão	1	R\$ 275,40	R\$ 275,40
3	Aspirador de pó 1200w 18 litros	1	R\$ 1.174,90	R\$ 1.174,90
4	Ar Condicionado (+ instalação)	5	R\$ 3.200,00	R\$ 16.000,00
5	Cortador de grama elétrico	1	R\$ 409,50	R\$ 409,50
6	DVDR 8 Canais	3	R\$ 590,00	R\$ 1.770,00
7	HD 2 Tera (60 dias 4 câmeras)	5	R\$ 390,00	R\$ 1.950,00
8	Cabeamento Coaxial (300 metros)	1	R\$ 360,00	R\$ 360,00
9	8 câmeras ccd 600linhas - Infravermelho	5	R\$ 880,00	R\$ 4.400,00
10	Kit HDMI BNC RCA	1	R\$ 384,00	R\$ 384,00
11	Acesso Celular	35	R\$ 110,00	R\$ 3.850,00
Subtotal				R\$ 30.828,50

Fonte: Dados Primários

Para os materiais de escritório e papeleria foi planejada uma compra única anual, já que a loja onde os itens foram pesquisados oferece preços bem mais baixos que as concorrentes e, além disso, descontos para compras em quantidades de atacado.

Tabela 20 - Materiais de papeleria para investimento

Materiais de papeleria e escritório				
Item	Descrição	Qtd.	Valor Unitário	Total
1	Pacote Sulfite - 500 folhas	5	R\$ 19,90	R\$ 99,50
2	Grampeador	4	R\$ 15,90	R\$ 63,60
3	Grampos (caixa com 5000)	5	R\$ 4,00	R\$ 20,00
4	Extrator (caixa com 12)	1	R\$ 8,50	R\$ 8,50
5	Furador	3	R\$ 26,10	R\$ 78,30
6	Caneta Vermelha (caixa)	1	R\$ 34,10	R\$ 34,10
7	Caneta Preta (caixa)	1	R\$ 34,10	R\$ 34,10
8	Caneta Azul (caixa com 50)	1	R\$ 34,10	R\$ 34,10
9	Caneta Marca Texto (caixa 4 cores)	2	R\$ 8,00	R\$ 16,00
10	Lápis (caixa com 12)	1	R\$ 6,70	R\$ 6,70
11	Porta Lápis	3	R\$ 8,10	R\$ 24,30
12	Borracha (pacote com 2)	3	R\$ 6,70	R\$ 20,10
13	Errorex (caixa com 12)	1	R\$ 23,40	R\$ 23,40
14	Pasta Suspensa (pacote com 10)	2	R\$ 54,10	R\$ 108,20
15	Plástico para folhas (pacote com 100)	2	R\$ 17,70	R\$ 35,40
16	Tesoura (unidade)	3	R\$ 13,20	R\$ 39,60
17	Cola (unidade)	2	R\$ 5,20	R\$ 10,40
18	Apontador (unidade)	3	R\$ 3,20	R\$ 9,60
19	Elástico (pacote com 550)	1	R\$ 12,90	R\$ 12,90
20	Clips 2.0 (lata com 500g)	1	R\$ 13,30	R\$ 13,30
21	Clips 6.0 (lata com 500g)	1	R\$ 13,30	R\$ 13,30
22	Caixas entrada/saída (unidade)	3	R\$ 22,10	R\$ 66,30
23	Organizador de Chaveiros (caixa com 100)	1	R\$ 41,90	R\$ 41,90
24	Quadro de avisos (unidade)	1	R\$ 35,50	R\$ 35,50
25	Quadro branco (unidade)	1	R\$ 79,90	R\$ 79,90
26	Envelope 240x340 (pacote com 250)	1	R\$ 78,70	R\$ 78,70
27	Envelope ofício (pacote com 100)	1	R\$ 12,50	R\$ 12,50
Subtotal:				R\$ 1.020,20

Fonte: Dados Primários

Tabela 21 - Equipamentos de informática para investimento

Equipamentos de informática				
Item	Descrição	Qtd.	Valor Unitário	Total
1	Computador HP All in One	3	R\$2.299,00	R\$ 6.897,00
2	Impressora Multifuncional HP	1,00	R\$ 989,99	R\$ 989,99
3	Roteador	1,00	R\$ 107,00	R\$ 107,00
Subtotal				R\$ 7.886,99

Fonte: Dados Primários

Tabela 22 - Equipamentos Veterinários, Pet e Banho e tosa para investimento

Equipamentos Veterinários, Pet e Banho e tosa				
Item	Descrição	Qtd.	Valor Unitário	Total
1	Armário vitrine	2	R\$ 699,00	R\$ 1.398,00
2	Mesa de atendimento	1	R\$ 780,00	R\$ 780,00
3	Mesa mayo	1	R\$ 220,00	R\$ 220,00
4	Kit básico para semiologia contendo: 1 Estetoscópio duplo 1 Termômetro veterinário digital retal 1 Lanterna clínica	2	R\$ 109,00	R\$ 218,00
5	Brinquedos: Bolas com sino	10	R\$ 7,99	R\$ 79,90
6	Brinquedos: Bolas coloridas	15	R\$ 4,99	R\$ 74,85
7	Brinquedos: Cordas	10	R\$ 11,99	R\$ 119,90
8	Brinquedos: Mordedor	10	R\$ 9,99	R\$ 99,90
9	Comedouros Tam. 02	5	R\$ 33,90	R\$ 169,50
10	Kit para montagem de banho e tosa contendo: 1 Banheira de fibra de vidro 1 Mesa para tosa regulável 1 máquina de tosa marca Wahl (220V) 1 Secador Brasmed 3 temperaturas com pedestal 1 Soprador Plus Brasmed 2 velocidades 1 Tesoura de tosa reta 1 Tesoura de tosa curva 1 Guia p/ mesa de tosa simples 1 Desemolador de nó 1 Rasqueadeira média 1 Pente com cabo de madeira 1 Lâmina de tosa Andis nº 4 1 Lâmina de tosa Andis nº 7 1 Lâmina de tosa Andis nº 40 1 Pente adaptados de 1" 1/2 canil coluna p/ 3 animais	1	R\$4.104,00	R\$ 4.104,00
Subtotal				R\$ 7.264,05

Fonte: Dados Primários

Após estipulados os valores e quantidades necessárias de cada item em que será investido o capital da empresa, é calculado o investimento total, ou seja, a soma de todos os valores calculados. Para o hotel, o investimento total mensurado foi de R\$51.932,73, como mostra a tabela a seguir.

Tabela 23 - Investimento total

Investimento total	
Máquinas e equipamentos:	R\$ 30.828,50
Equipamentos de informática:	R\$ 7.886,99
Materiais de papelaria e escritório:	R\$ 1.020,20
Equipamentos de veterinária, pet e banho e tosa:	R\$ 7.264,05
Móveis e utensílios :	R\$ 4.932,99
Total	R\$ 51.932,73

Fonte: Dados Primários

5.2 Capital de Giro

O capital de giro diz respeito aos recursos necessários para o bom funcionamento do Quatro Patas. Envolve a estimativa de estoque inicial dos produtos de limpeza e de escritório, os itens necessários diariamente para cumprir os padrões de qualidade estipulados pelo hotel, mensurando cada item e seu respectivo valor para avaliar o gasto final mensal com estoque.

Foi decidido por fazer uma grande compra em itens de papelaria uma vez que a empresa onde os preços foram pesquisados oferece descontos a pacotes com mais quantidades, como dito anteriormente. Já os itens de limpeza e higiene e os petiscos oferecidos aos hóspedes serão comprados mensalmente devido ao seu alto custo em comparação aos itens de papelaria.

Para os meses de Janeiro, Julho e Dezembro foram definidas quantidades maiores que as dos outros anos uma vez que a procura pelos serviços do Quatro Patas sofrem um significativo aumento, portanto é necessária mais mercadoria.

Tabela 24 - Estoque inicial do primeiro trimestre

Estoque inicial			Compras Anuais					
Itens e Valores Pré Definidos			Janeiro		Fevereiro		Março	
Item	Descrição	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor
Itens Operacionais			Itens Operacionais					
1	Shampoo 1L	R\$ 18,00	15	R\$270,00	10	R\$180,00	10	R\$180,00
2	Eliminador de odores	R\$ 10,50	20	R\$210,00	15	R\$157,50	15	R\$157,50
3	Petisco Biscrok Pedigree 1kg	R\$ 22,00	12	R\$264,00	8	R\$176,00	8	R\$176,00
Subtotal:		R\$ 50,50	Total Mensal	R\$ 744,00	Total Mensal	R\$ 513,50	Total Mensal	R\$ 513,50

Fonte: Dados Primários

Tabela 25 - Estoque inicial do segundo trimestre

Estoque inicial			Compras Anuais					
Itens e Valores Pré Definidos			Abril		Maio		Junho	
Item	Descrição	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor
Itens Operacionais			Itens Operacionais					
1	Shampoo 1L	R\$ 18,00	10	R\$180,00	10	R\$180,00	10	R\$180,00
2	Eliminador de odores	R\$ 10,50	15	R\$157,50	15	R\$157,50	15	R\$157,50
3	Petisco Biscrok Pedigree 1kg	R\$ 22,00	8	R\$176,00	8	R\$176,00	8	R\$176,00
Subtotal:		R\$ 50,50	Total Mensal	R\$ 513,50	Total Mensal	R\$ 513,50	Total Mensal	R\$ 513,50

Fonte: Dados Primários

Tabela 26 - Estoque inicial do terceiro trimestre

Estoque inicial			Compras Anuais					
Itens e Valores Pré Definidos			Julho		Agosto		Setembro	
Item	Descrição	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor
Itens Operacionais			Itens Operacionais					
1	Shampoo 1L	R\$ 18,00	15	R\$270,00	10	R\$180,00	10	R\$180,00
2	Eliminador de odores	R\$ 10,50	20	R\$210,00	15	R\$157,50	15	R\$157,50
3	Petisco Biscrok Pedigree 1kg	R\$ 22,00	12	R\$264,00	8	R\$176,00	8	R\$176,00
Subtotal:		R\$ 50,50	Total Mensal	R\$ 744,00	Total Mensal	R\$ 513,50	Total Mensal	R\$ 513,50

Fonte: Dados Primários

Tabela 27 - Estoque inicial do quarto trimestre

Estoque inicial			Compras Anuais					
Itens e Valores Pré Definidos			Outubro		Novembro		Dezembro	
Item	Descrição	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor
Itens Operacionais			Itens Operacionais					
1	Shampoo 1L	R\$ 18,00	10	R\$180,00	10	R\$180,00	15	R\$270,00
2	Eliminador de odores	R\$ 10,50	15	R\$157,50	15	R\$157,50	20	R\$210,00
3	Petisco Biscrok Pedigree 1kg	R\$ 22,00	8	R\$176,00	8	R\$176,00	12	R\$264,00
Subtotal:		R\$ 50,50	Total Mensal	R\$ 513,50	Total Mensal	R\$ 513,50	Total Mensal	R\$ 744,00

Fonte: Dados Primários

Tabela 28 - Cálculo do prazo médio de vendas

Cálculo do prazo médio de vendas				
Item	Prazo médio de vendas	% Vendas	Número de dias	Média Ponderada em dias
1	À vista	20%	0	0,0
2	A prazo (1)	40%	30	12,0
3	A prazo (2)	30%	60	18,0
4	A prazo (3)	10%	90	9,0
Prazo médio total:				39

Fonte: Dados Primários

Tabela 29 - Cálculo do prazo médio de compras

Cálculo do prazo médio de compras				
Item	Prazo médio de Compras	%	Número de dias	Média Ponderada em dias
1	À vista	50%	0	0
2	À prazo (1)	50%	30	15
3	À prazo (2)	-	-	-
Prazo médio total:				15

Fonte: Dados Primários

Tabela 30 - Necessidade média de estoque

	Número de dias
Necessidade média de estoques	07 Dias

Fonte: Dados Primários

Tabela 31 - Necessidade de capital de giro em dias

Calculo da necessidade líquida de capital de giro em dias	
Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber - prazo médio de vendas	39
2. Estoque - necessidade média de estoques	7
Subtotal 1:	46 Dias
Recursos de terceiros no caixa da empresa	Número de dias
3. Fornecedores - prazo médio de compras	15
Subtotal 2:	15 Dias
Necessidade Líquida de Capital de Giro:	31 Dias

Fonte: Dados Primários

O capital de giro engloba também o caixa mínimo, uma reserva inicial de valor em dinheiro necessária para cobrir custos até que as contas a receber de clientes entrem em caixa. Para isso define-se o prazo médio de vendas, compras e estocagem. No hotel este valor ficou em R\$28.300,98.

Tabela 32 - Caixa Mínimo

Caixa mínimo	
1. Custo fixo mensal (Item 5.11)	R\$ 26.388,05
2. Custo variável mensal (Subtotal 2 do item 5.12)	R\$ 1.000,00
3. Custo total da empresa (item 1+2)	R\$ 27.388,05
4. Custo total diário (item 3/30)	R\$ 912,93
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro	Dias: 31
Total de B - Caixa mínimo:	R\$ 28.300,98

Fonte: Dados Primários

Tabela 33 - Resumo de capital de giro

Capital de giro (resumo)	
Investimentos financeiros	
A - Estoque Inicial	R\$ 744,00
B- Caixa mínimo	R\$ 28.300,98
Total de capital de giro	R\$ 29.044,98

Fonte: Dados Primários

5.3 Investimento Pré Operacional

Abrange os gastos e investimentos realizados antes do início das vendas, incluindo taxas de registros, reformas e marketing. A Quatro Patas optou por se instalar em containeres adaptados por ser mais em conta e trazer ares de modernidade e jovialidade ao projeto, sendo esse seu maior custo pré-operacional. Uma das formas de recreação oferecidas no hotel é a piscina, com programação semanal. Os custos de construção e implantação constam como o segundo maior do levantamento de valores como pode ser observado na planilha a seguir.

Tabela 34 - Investimento pré operacional

Investimentos Pré Operacionais	
Item	R\$
Despesas de legalização	
Registro de pessoa jurídica	R\$ 181,00
Taxa de certificado de regularidade	R\$ 69,00
Taxa de anotação de responsabilidade	R\$ 69,00
Anuidade	R\$ 1.772,00
Notas fiscais	R\$ 300,00
Taxa de Alvará de Estabelecimento	R\$ 400,00
Alvará Vigilância Sanitária:	R\$ 100,00
Alvará Bombeiros:	R\$ 100,00
Total	R\$ 2.991,00
Obras Civas e/ou reformas	
Compra dos 8 containeres adaptados:	R\$ 120.000,00
Arborização do terreno:	R\$ 2.000,00
Construção da piscina:	R\$ 10.000,00
Reforma da fachada:	R\$ 4.000,00
Total	R\$ 136.000,00
Total	R\$ 138.991,00

Fonte: Dados Primários

5.4 Investimento Total

É a somatória dos investimentos fixos, pré-operacionais e do capital de giro. A partir dele é possível avaliar melhor qual porcentagem do capital investido será próprio, com investimento dos sócios, ou de terceiros, adquirido em instituições financeiras.

Tabela 35 - Descrição dos investimentos e fontes de recursos

Descrição dos investimentos	Valor	%
Investimentos Fixos	R\$ 38.809,23	18,83%
Capital de Giro	R\$ 28.300,98	13,73%
Investimentos pré operacionais	R\$ 138.991,00	67,44%
Total	R\$ 206.101,21	100,00%
Fontes de recursos	Valor (R\$)	%
Recursos próprios	R\$ 82.440,48	40%
Recursos de terceiros	R\$ 123.660,73	60%
Total	R\$ 206.101,21	100,00%

Fonte: Dados Primários

5.5 Estimativa do Faturamento Mensal

Na estimativa do faturamento mensal foi calculada a expectativa de demanda e estipulado uma quantidade de baias destinadas para cada demanda, assim foi possível alcançar uma quantidade de vendas e, por consequência, ao valor esperado de cada serviço.

Tabela 36- Estimativa do faturamento mensal

Produto/ Serviço	Qtd. Boxes	Qtd. De Vendas	Preço de venda Unitário	Faturamento total
Hospedagem				
Diária	0	0	R\$ 85,00	R\$ -
Semanal	4	2	R\$ 595,00	R\$ 1.190,00
Mensal	3	3	R\$ 2.550,00	R\$ 7.650,00
Day Care				
Diária	0	0	R\$ 65,00	R\$ -
Semanal	9	6	R\$ 455,00	R\$ 2.730,00
Mensal	17	17	R\$ 1.950,00	R\$ 33.150,00
Acupuntura				
Sessões	-	7	R\$ 85,00	R\$ 892,50
Total		35	R\$ 45.612,50	

Fonte: Dados Primários

5.6 Estimativa dos custos de comercialização

Engloba todos os gastos com impostos e vendas, que se caracterizam como custos variáveis.

Tabela 37 - Custos de comercialização

1. Impostos			
Descrição	%	Fat. estimado	Custo Total
Impostos Federais			
Simplex	6,84%	R\$ 45.612,50	R\$ 3.119,90
IRPJ	0,27%	R\$ 45.612,50	R\$ 123,15
PIS	0,23%	R\$ 45.612,50	R\$ 104,91
COFINS	0,95%	R\$ 45.612,50	R\$ 433,32
CSLL	0,31%	R\$ 45.612,50	R\$ 141,40
Impostos Estaduais			
ICMS	2.3%	R\$ 45.612,50	R\$ 1.049,09
Impostos Municipais			
ISS	1,00%	R\$ 45.612,50	R\$ 456,13
IPTU			R\$ 700,00
Subtotal 1			R\$ 6.127,89
2. Gastos com Vendas			
Propaganda	-	R\$ 1.750,00	R\$ 1.750,00
Subtotal 2			R\$ 1.750,00
Total			R\$ 7.877,89

Fonte: Dados Primários

5.7 Apuração dos Custos Diretos

Na apuração dos custos diretos calculou-se o valor necessário em estoque para que a venda possa ser efetivada, para isso multiplica-se a quantidade estimada de vendas pelo seu custo de oferta.

Tabela 38 - Custos diretos

Serviço	Estimativa de vendas	Custo Unitário	CMV
Hospedagem	5,00	R\$ 85,00	R\$ 425,00
Day Care	21,00	R\$ 65,00	R\$ 1.365,00
Total			R\$ 1.790,00

Fonte: Dados Primários

5.8 Estimativas dos custos com mão de obra

Na estimativa dos custos de mão de obra constam quais funções e quantos funcionários serão necessários em cada função, já contabilizando seus encargos sociais.

Tabela 39 - Estimativa dos custos com mão de obra

Função	N° de empregados	Salário Mensal	% de encargos sociais	Total
Veterinário	1	R\$ 700,00	0,00%	R\$ 700,00
Auxiliar de Monitoramento Eletrônico	1	R\$ 1.115,30	50,90%	R\$ 2.188,25
Auxiliar de Serviço Gerais	1	R\$ 950,00	58,00%	R\$ 1.635,44
Monitor cães	1	R\$ 1.000,00	58,51%	R\$ 1.708,89
Total	4	R\$ 3765,00	60,41%	R\$ 6238,52

Fonte: Dados Primários

5.9 Estimativas do custo com depreciação

Abaixo estão relacionadas as máquinas e equipamentos necessários para o bom funcionamento do hotel. Foram estipulados, em anos, a vida média de cada um deles e dividiu-se o valor de cada um deles por sua vida útil para saber o valor anual de depreciação de cada um deles. Logo, quando esse valor é dividido por 12, encontra-se a depreciação mensal de cada item descrito.

Tabela 40 - Estimativa dos custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida Util (anos)	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Obras/ Reformas				
8 containers adaptados:	R\$120.000,00	25	R\$ 4.800,00	R\$ 400,00
Arborização do terreno:	R\$2.000,00	25	R\$ 80,00	R\$ 6,67
Construção da piscina:	R\$10.000,00	25	R\$ 400,00	R\$ 33,33
Reforma da fachada:	R\$4.000,00	25	R\$ 160,00	R\$ 13,33
Máquinas e Equipamentos				
Telefone sem Fio IntelBras	R\$ 84,90	5	R\$ 16,98	R\$ 0,28
Lavadora de Alta Pressão	R\$ 275,40	5	R\$ 55,08	R\$ 0,92
Aspirador de pó 1200w 18 litros	R\$1.174,90	5	R\$ 234,98	R\$ 3,92
Ar Condicionado (+ instalação)	R\$3.200,00	5	R\$ 640,00	R\$ 10,67
Cortador de grama elétrico	R\$ 409,50	5	R\$ 81,90	R\$ 1,37
Equipamentos de Informática				
Computador HP All in One	R\$2.299,00	3	R\$ 766,33	R\$ 21,29

Impressora Multifuncional HP	R\$ 989,99	3	R\$ 330,00	R\$ 9,17
Roteador	107,00	3	R\$ 35,67	R\$ 0,99
Móveis e máquinas				
Mesa para computador	R\$ 400,00	10	R\$ 40,00	R\$ 0,33
Sofá 3 Lugares	R\$ 615,99	10	R\$ 61,60	R\$ 0,51
Poltrona	R\$ 549,11	10	R\$ 54,91	R\$ 0,46
Estante de ferro	R\$ 119,67	10	R\$ 11,97	R\$ 0,10
Armário (3 portas)	R\$ 279,90	10	R\$ 27,99	R\$ 0,23
Arquivo	R\$ 369,90	10	R\$ 36,99	R\$ 0,31
Cadeiras para escritório	R\$ 179,99	10	R\$ 18,00	R\$ 0,15
Armário vitrine	R\$ 699,00	10	R\$ 69,90	R\$ 0,58
Mesa de atendimento	R\$ 780,00	10	R\$ 78,00	R\$ 0,65
Mesa mayo	R\$ 220,00	10	R\$ 22,00	R\$ 0,18
Total	148.754,25	234,00	8.022,29	505,44

Fonte: Dados Primários

5.10 Estimativa dos custos fixos

Custos fixos são aqueles que não se alteram em relação a quantidade das vendas, por isso, incidem diretamente no faturamento mensal da empresa.

Tabela 41 - Estimativas dos custos fixos

Estimativa de custos fixos	
Descrição	Custo Total mensal
Pagamento imóvel	R\$ 11.000,00
Água	R\$ 520,00
Energia elétrica	R\$ 650,00
Telefone + Internet	R\$ 233,60
Honorários do contador	R\$ 350,00
Pró Labore	R\$ 4.000,00
Manutenção Equip.	R\$ 100,00
Salários e encargos	R\$ 6.232,58
Material de Limpeza	R\$ 100,00
Material de escritório	R\$ 150,00
Depreciação	R\$ 504,45
Propaganda	R\$ 1.750,00
Total	R\$ 25.590,63

Fonte: Dados Primários

5.11 Demonstrativo de resultados

O cálculo do demonstrativo de resultados se dá após a estimativa de custos fixos e estimativa de faturamento para definir se a empresa atuará no lucro ou prejuízo. A variação do índice IPCA, o índice de preços ao consumidor ampliado entre janeiro e novembro de 2016 foi de 5,7797%, o que acarretou em um lucro de R\$ 136.346,18

Tabela 42 – DRE primeiro semestre

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho
(+) Receita Total com Vendas	R\$ 53.672,50	R\$ 46.457,50	R\$ 45.612,50	R\$ 45.780,50	R\$ 45.540,50	R\$ 42.300,00
(-) Impostos sobre vendas	-R\$ 7.087,03	-R\$ 6.244,54	-R\$ 6.127,89	-R\$ 6.147,88	-R\$ 6.119,32	R\$ 5.733,70
(=) Receita Líquida de Vendas	R\$ 46.585,47	R\$ 40.212,96	R\$ 39.484,61	R\$ 39.632,62	R\$ 39.421,18	R\$ 36.566,30
(-) Custos Variáveis totais	R\$ 500,00	R\$ 300,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
(-) Custos com materiais direitos	R\$ 2.300,00	R\$ 2.100,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 1.750,00
(-) Custos com mão-de-obra direta	R\$ 6.232,58					
(-) Gastos Variáveis com vendas	R\$ 0,00					
(=) Margem de Contribuição	R\$ 37.552,89	R\$ 31.580,38	R\$ 31.252,03	R\$ 31.400,04	R\$ 31.188,60	R\$ 28.583,72
Custos fixos totais (-)	R\$ 25.590,63	R\$ 23.840,63	R\$ 23.710,63	R\$ 23.771,72	R\$ 23.723,44	R\$ 22.979,24
(=) Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo)	R\$ 11.962,26	R\$ 7.739,75	R\$ 7.411,41	R\$ 7.628,32	R\$ 7.465,16	R\$ 5.604,48
Índice lucratividade	0,22	0,17	0,16	0,17	0,16	0,13

Fonte: Dados primários

Tabela 43 - DRE segundo semestre

Descrição	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
(+) Receita Total com Vendas	R\$ 61.467,50	R\$ 43.440,00	R\$ 45.920,70	R\$ 44.874,00	R\$ 45.340,00	R\$ 83.045,00
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 8.014,63	-R\$ 5.869,36	-R\$ 6.164,56	-R\$ 6.040,01	-R\$ 6.095,46	R\$ 10.582,36
(=) Receita Líquida de Vendas	R\$ 53.452,87	R\$ 37.570,64	R\$ 39.756,14	R\$ 38.833,99	R\$ 39.244,54	R\$ 72.462,64
(-) Custos Variáveis totais	R\$ 650,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.000,00
(-) Custos com materiais direitos	R\$ 2.500,00	R\$ 1.800,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.975,00
(-) Custos com mão-de-obra direta	R\$ 6.232,58	R\$ 3.300,00				
(-) Gastos Variáveis com vendas	R\$ 0,00	R\$ -				
(=) Margem de Contribuição	R\$ 52.802,87	R\$ 29.538,06	R\$ 31.523,56	R\$ 30.601,41	R\$ 31.252,03	R\$ 65.187,64
Custos fixos totais (-)	R\$ 24.891,67	R\$ 23.200,24	R\$ 23.790,63	R\$ 23.645,74	R\$ 23.694,63	R\$ 26.388,05
(=) Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo)	R\$ 27.911,20	R\$ 6.337,82	R\$ 7.732,93	R\$ 6.955,67	R\$ 7.411,41	R\$ 38.799,59
Índice lucratividade	0,45	0,15	0,17	0,16	0,16	0,47

Fonte: Dados primários

5.12 Indicadores de Viabilidade

5.12.1 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é um indicador essencial no negócio que mostra qual é a necessidade mínima de vendas para que a receita se iguale aos custos do negócio, podendo assim saber quanto o empreendedor precisa vender para começar a ter lucro.

O ponto de equilíbrio se dá pela divisão do custo fixo pelo índice de margem de contribuição. Sendo assim, o ponto de equilíbrio da empresa é R\$26.709,68, como mostra o quadro abaixo.

$$P.E = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição}} = \text{R\$ } 26.076,47$$

Índice da Margem de Contribuição

$$\frac{\text{Margem de contribuição (Receita Total - Custo Variável Total)}}{\text{Receita Total}} = 0,981368$$

5.12.2 Lucratividade

O indicador de lucratividade anual indica qual é a vantagem que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que realiza. Representando a competitividade do hotel, a lucratividade é um indicador que mede o lucro líquido em relação as vendas.

$$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100 = \mathbf{0,22\%}$$

5.12.3 Rentabilidade

Indicador de atratividade da empresa, medindo o retorno do capital investido aos sócios, sendo obtido por percentual por mês ou ano. Para isso, dividi-se o Lucro Líquido pelo Investimento Total.

$$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100 = \mathbf{0,61\%}$$

5.12.4 Prazo retorno investimento

Tempo necessário para que os empreendedores recuperem o valor investido no negócio em anos. É encontrado através da divisão do Investimento Total, que foi de R\$ 2.518.259,04 pelo lucro líquido. Assim foi obtido o prazo de 14 anos para que o valor investido retorne aos acionistas.

$$\frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = \mathbf{1,6 \text{ Anos}}$$

6. CENÁRIOS

A fim de mitigar os riscos do projeto, é aconselhável simular diferentes cenários mensais que podem ocorrer e assim observar como as finanças da empresa irão se comportar.

O Hotel Quatro Patas realizou suposições sobre algumas possibilidades que podem acontecer no empreendimento, tendo claro que o hotel é um empreendimento que depende totalmente de fatores externos e principalmente em qual época do ano como também a condição financeira do dono do cão.

Tabela 44 - Cenário Provável

Cenário Provável	
Descrição	Valor %
(+) Receita Total com Vendas	R\$ 40.625,00
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 5.841,62
(=) Receita Líquida de Vendas	R\$ 34.783,38
(-) Custos Variáveis totais	R\$ 500,00
(-) Custos com materiais direitos	R\$ 1.510,00
(-) Custos com mão-de-obra direta	R\$ 3.300,00
(-) Gastos Variáveis com vendas	R\$ -
(=) Margem de Contribuição	R\$ 29.473,38
Custos fixos Totais	-R\$ 22.253,00
Lucro/ Prejuízo Operacional	R\$ 7.220,38

Fonte: Dados Primários

Para estipular o cenário provável, foi baseado um cenário onde a maior fonte de renda do hotel ficará por conta do serviço de *Day care* e acaba se referindo a maior parte dos meses do ano que não são meses preferencialmente de férias da grande parte da população como os meses de Janeiro, Julho e Dezembro.

Para a empresa, o cenário pessimista é um cenário onde a receita total de vendas do hotel não abate todos os gastos do hotel, ficando parelho aos custos fixos que são o maior gasto do hotel e consequentemente dando prejuízo para o hotel.

Tabela 45 - Cenário Pessimista

Cenário Pessimista	
Descrição	Valor%
(+) Receita Total com Vendas	R\$ 22.500,00
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 3.377,50
(=) Receita Líquida de Vendas	R\$ 19.122,50
(-) Custos Variáveis totais	R\$ 0,00
(-) Custos com materiais direitos	R\$ 750,00
(-) Custos com mão-de-obra direta	R\$ 3.300,00
(-) Gastos Variáveis com vendas	
(=) Margem de Contribuição	R\$ 15.072,50
Custos fixos Totais	R\$ 20.378,00
Lucro/ Prejuízo Operacional	-R\$ 5.305,50

Fonte: Dados Primários

Para a empresa, o cenário pessimista é um cenário onde a receita total de vendas do hotel não abate todos os gastos do hotel, ficando parelho aos custos fixos que são o maior gasto do hotel e conseqüentemente dando prejuízo para o hotel.

Tabela 46 – Cenário Otimista

Cenário Otimista		
Descrição	Valor	
(+) Receita Total com Vendas	R\$	83.045,00
(-) Impostos sobre vendas	R\$	10.582,36
(=) Receita Líquida de Vendas	R\$	72.462,65
(-) Custos Variáveis totais	R\$	1.000,00
(-) Custos com materiais direitos	R\$	2.975,00
(-) Custos com mão-de-obra direta	R\$	3.300,00
(-) Gastos Variáveis com vendas	R\$	-
(=) Margem de Contribuição	R\$	65.187,65
Custos fixos Totais	R\$	25.377,93
Lucro/ Prejuízo Operacional	R\$	39.809,72

Fonte: Dados Primários

O cenário otimista do hotel, não é apenas sonho, uma vez que conforme conversas com empreendedores do setor da região, existe uma demanda de 50 animais em média que não são atendidos nas épocas de janeiro, julho e dezembro, nesses meses espera-se um lucro semelhante ao do cenário otimista, principalmente fazendo uso do serviço de hospedagem do hotel, onde será a maior fonte de renda.

7. ANALISE SWOT

Análise SWOT é uma ferramenta da administração empresarial que, através da análise de seus concorrentes e de sua empresa, seja ela de pequeno, grande ou médio porte, demonstra quais pontos podem e devem ser melhorados para que a organização consiga se manter e progredir no mercado. É uma peça chave para a definição de ações estratégicas uma vez que proporciona ao gestor o cenário onde sua organização se encontra perante seus concorrentes, fazendo assim que conheça e estude o seu comportamento. Segundo Oliveira sua definição se dá da seguinte forma:

“1. Ponto forte é a diferenciação conseguida pela empresa – variável controlável – que lhe proporciona uma vantagem operacional no ambiente empresarial (onde estão os assuntos não controláveis pela empresa).

2. Ponto Fraco é a situação inadequada da empresa – variável controlável – que lhe proporciona uma desvantagem operacional no ambiente empresarial.

3. Oportunidade é a força ambiental incontrolável pela empresa, que pode favorecer sua ação estratégica, desde que conhecida e aproveitada, satisfatoriamente, enquanto perdura.

4. Ameaça é a força ambiental incontrolável pela empresa, que cria obstáculos à sua ação estratégica, mas que poderá ou não ser evitada, desde que reconhecida em tempo hábil. (Oliveira 2007, p. 37)”

Sendo assim, o Quatro Patas realizou sua análise SWOT com seu principal concorrente, o Hotel Dogland.

7.1 Forças

- Localização

O Dog Hotel Quatro Patas estará estrategicamente localizado no Canal 6, em Santos, área mais próximo das classes A e B que objetiva ser seus principais clientes.

- Marketing

Buscando alcançar o público A e B da cidade de Santos Baseando-se nos nossos concorrentes estaremos prospectando mais clientes

através do anúncio na AT revista, revista dedicada a cidades da região e com maior circulação na cidade de Santos entre a população de maior renda da cidade, além do site e da página no *Facebook* que também auxiliarão.

- **Sustentabilidade**

Os sócios optaram por investir em Containeres e ter a obra mais limpa e poder economizar mais recursos naturais na construção do estabelecimento, tem baixo custo e tem uma maior flexibilidade para eventuais mudanças no projeto.

7.2 Fraquezas

- Pouca experiência na área

Os sócios são estudantes universitários e ainda tem pouca experiência, mas tem amor pelos animais e vontade de fazer o negócio acontecer.

- Altos custos fixos e custos de implantação e reforma

O hotel para cães demanda um custo grande de aluguel ou pagamento do imóvel, caso não exista um terreno que tenha todas as condições de reforma e também adaptá-lo as necessidades do hotel.

7.3 Ameaças

- Concorrentes segmentados no mercado

Apesar de concluirmos que existe uma demanda no mercado de estadia para cães em Santos, esse hotel já tem um nome conhecido no mercado para a população A e B de Santos, da mesma forma o *Day Care* onde já estão atuando e são conhecidos de uma boa parte dos donos de cães.

7.4 Oportunidades

- Crescimento do segmento *pet* mesmo em épocas de crise

O mercado *Pet* tem crescido mesmo em épocas de crise, já que os clientes buscam inovação e exigem mais qualidade nos serviços prestados aos animais, não medindo gastos com os cuidados ao pets.

Figura 18 - Análise SWOT



Fonte: Dados Primários

8 - AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

A utilização do conhecimento teórico durante a graduação em Administração de empresas foi essencial para o domínio de aspectos técnicos na elaboração deste plano de negócios, que é uma ferramenta de planejamento estratégico fundamental para o sucesso de um novo empreendimento.

“No período pós-real, os efeitos são mais abrangentes e compreendem, por um lado, os processos auto-regressivos competitivos tais como: constituições afetando constituições negativamente, extinções afetando extinções negativamente; e, por outro lado, os processos auto-regressivos multiplicativos, caracterizados por extinções afetando constituições negativamente, constituições afetando extinções negativamente, tudo isso dentro do ambiente econômico prevalecente, tendente a uma ampla abertura, estabilização da moeda, e captando os malefícios e benefícios da globalização, originados do obsoletismo e de inovações tecnológicas, uma característica desse período.(Matos, Paulo, e Ary Vasconcelos).

O estudo evidenciou a fragilidade de conseguir manter uma empresa no país, resultado de muitas vezes uma falta de planejamento e deficiência em técnicas administrativas por parte do empreendedor brasileiro, outros fatores também contribuem com as altas cargas tributárias e as dificuldades de conseguir crédito.

As principais etapas de elaboração desse documento, indicador financeiro e planejamento estratégico, o referencial teórico utilizado para a estrutura do plano de negócios foi do SEBRAE, Brasília, 2009.

O estudo de mercado realizado através da aplicação de questionários, aliado a visita aos hotéis para cães já existentes em Santos, apontou que existe uma demanda por hospedagem para cães, principalmente nas épocas de alta temporada e férias. Essa pesquisa também foi importante para detectar os ativos e os gostos pessoais e costumes dos donos de cães da cidade de Santos.

Os índices financeiros apontam para uma lucratividade de 28% ao ano, com uma boa perspectiva de crescimento para o setor. Sendo assim é importante a consolidação do hotel na cidade. A rentabilidade 7,07% ao ano é consequência do alto investimento fixo inicial, porém existe a possibilidade do aumento da capacidade de acomodação do empreendimento, para atender ao crescimento do setor.

Um dado importante é que pelo fato do imóvel estar em uma área de rápida valorização imobiliária o investimento fixo também valoriza rapidamente, compensando os valores gastos com a depreciação. O planejamento estratégico da empresa também conta com ações corretivas e preventivas e fontes alternativas de receita para os períodos de baixa temporada

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRUCE, M; DALY, L. **Design and marketing connections: creating added value.** *Journal of Marketing Management*. 23, 9/10, 929-953, Nov. 2007. ISSN: 0267257X.

CENTRO DE POLITICAS SOCIAIS DA FGV A PARTIR DE DADOS DO CENSO 2010/IBGE. **Os Emergentes dos Emergentes: Reflexões Globais e Ações Locais para a Nova Classe Média Brasileira.** Disponível em: <http://www.cps.fgv.br/cps/bd/nbrics/NBrics_Pesquisa_neri_fgv.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2016>

COVAS, Mario. Governador do Estado de São Paulo. Aprova Norma Técnica Especial relativa à instalação de estabelecimentos veterinários: Decreto Nº 40.400 , de 24 de outubro de 1995. 24/10/1995. Disponível em: <http://www.crmvsp.gov.br/arquivo_legislacao/Decreto_40.400_1995.pdf>. Acesso em: 22 out. 2016.

CTE (Org.). Litoral de SP: Santos é a cidade mais vertical e Praia Grande a 1ª em número de imóveis. 2015. Disponível em: <<http://cte.com.br/noticias/2015-12-01mercado-imobiliario-no-litoral-de-sp-san/>>. Acesso em: 31 out. 2016.

DORNELAS, José Carlos Assis. **EMPREENDEDORISMO transformando idéias em negócios.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

INDIATSY, Christopher Masinde et al. **The Application of Porter's Five Forces Model on Organization Performance: A Case of Cooperative Bank of Kenya Ltd.** 2014. Disponível em: <<http://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/13364>>. Acesso em: 05 out. 2016.

INFOMONEY (Comp.). **Niterói é a cidade que mais concentra famílias das classes A e B.** 2011. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/infomoney/2011/06/27/niteroi-e-a-cidade-que-mais-concentra-familias-das-classes-a-e-b.jhtm>>. Acesso em: 07 set. 2016.

MALHEIROS, Rita de Cássia da Costa; CRISTIANO, Luiz Alberto Ferla; CUNHA, J.c. de Almeida. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. 2. ed. Florianópolis: lea - Instituto de Estudos Avançados, 2005. Disponível em: <http://ffn-brasil.org.br/novo/PDF-ex/Publicacoes/viagem_mundo_empreendedorismo_completo-1.pdf>. Acesso em: 05 set. 2016.

Matos, Paulo and Ary Vasconcelos. "Análise de causalidade da mortalidade das pequenas empresas no Brasil." *Revista Ciências Administrativas ou JournalofAdministrativeSciences* 19.1 (2014).

MELO,Luisa (Comp.). **Como o brasileiro cuida e quanto gasta com seus pets**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/como-o-brasileiro-cuida-e-quanto-gasta-com-seus-pets>>. Acesso em: 25 ago. 2016.

MUSSNICH, Luiza Barreto. Retrofit em containers marítimos para reuso na arquitetura e sua viabilidade. 2015. Disponível em: <<http://www.ipog.edu.br/download-arquivo-site.sp?arquivo=luiza-barreto-mussnich-1171436.pdf>>. Acesso em: 11 out. 2016.

O GLOBO (Ed.). **Brasil tem mais cachorros de estimação do que crianças, diz pesquisa do IBGE** <http://oglobo.globo.com/sociedade/saude/brasil-tem-mais-cachorros-de-estimacao-do-que-criancas-diz-pesquisa-do-ibge-16325739>. 2016. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/saude/brasil-tem-mais-cachorros-de-estimacao-do-que-criancas-diz-pesquisa-do-ibge-16325739#ixzz4JVjqK44U>>. Acesso em: 02 Set. 2016

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de, Planejamento estratégico : conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2007.

SEBRAE. **Manual do Empreendedor Sebrae (Empretec)**. Disponível em: <<http://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2011/12/Cap-04-Empretec-Manual-do-Participante.doc>>. Acesso em: 31 ago. 2016.

SEBRAE. **Pesquisa de mercado: o que é e para que serve.** 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-mercado-o-que-e-e-para-que-serve,97589f857d545410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 9 set. 2016.

SETOR DE REGISTRO DE EMPRESAS (São Paulo). Crmvsp - Conselho Regional de Medicina Veterinária de São Paulo. Taxas para registro de empresas. 2006-2009. Disponível em: <http://www.crmvsp.gov.br/site/taxa_reg_empresa.php>. Acesso em: 22 out. 2016.

SOUZA, Adriana Santos de et al. **ANÁLISE DO PROCESSO DE AQUISIÇÃO DE FORNECEDORES DA EMPRESA UNIDADE DIGITAL.** Disponível em: <http://www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_analise_processo_aquisicao_fornecedores_empresa_unidade_digital.pdf>. Acesso em: 09 set. 2016.

SOUZA, Carla Leticia. **Recrutamento e seleção na contratação de novas pessoas: meios para diminuição da rotatividade de funcionários.** Disponível em: <<http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/forumadm/article/viewFile/944/764>>. Acesso em: 12 set. 2016.

WEDEMEYER, Lindsey. The Validity of Acupuncture in Veterinary Medicine. 2012. Disponível em: <[http://people.tamu.edu/~e-tebeaux/ode/techwrite/Validity of Acupuncture.pdf](http://people.tamu.edu/~e-tebeaux/ode/techwrite/Validity%20of%20Acupuncture.pdf)>. Acesso em: 07 out. 2016

APÊNDICE A – Ficha de cadastro do Tutor

Ficha de Cadastro – Dados do Tutor					
Nome do cão:					
Nome Completo do responsável pelo cão:					
CPF:					
EMISSOR :			UF:		
DATA NASC.	//	SEXO	() MASC () FEM		
ESTADO CIVIL	() SOLTEIRO () CASADO () DIVORCIADO () UNIÃO ESTÁVEL				
PROFISSÃO (OPCIONAL)					
ENDEREÇO RESIDENCIAL					
BAIRRO			CIDADE		
CEP			ESTADO		
TELEFONE FIXO		()	TEL. CELULAR		()
EMPRESA ONDE TRABALHA					
ENDEREÇO EMPRESA ONDE TRABALHA					
BAIRRO			CIDADE		
CEP			ESTADO		
TELEFONE		()	RAMAL		
NOME COMPLETO DO SEGUNDO RESPONSÁVEL					
TELEFONE FIXO	()	TELEFONE CELULAR		()	

Nº BANCO		NOME BANCO	
AGÊNCIA		CONTA N.º	

APÊNDICE B – Ficha de Cadastro do veterinário do animal

Ficha de Cadastro - Veterinário do Cão				
NOME DO VETERINÁRIO				
CPF		RG		EMISSOR
NOME DA CLÍNICA OU PET SHOP				
EMPRESA PRÓPIA OU TENHA SOCIEDADE				
CNPJ (no caso de empresa própria)				
ENDEREÇO COMERCIAL				
BAIRRO		ESTADO		
CIDADE				
CEP		RAMAL		
TELEFONE VETERINÁRIO	()	CELULAR VETERINÁRIO	()	

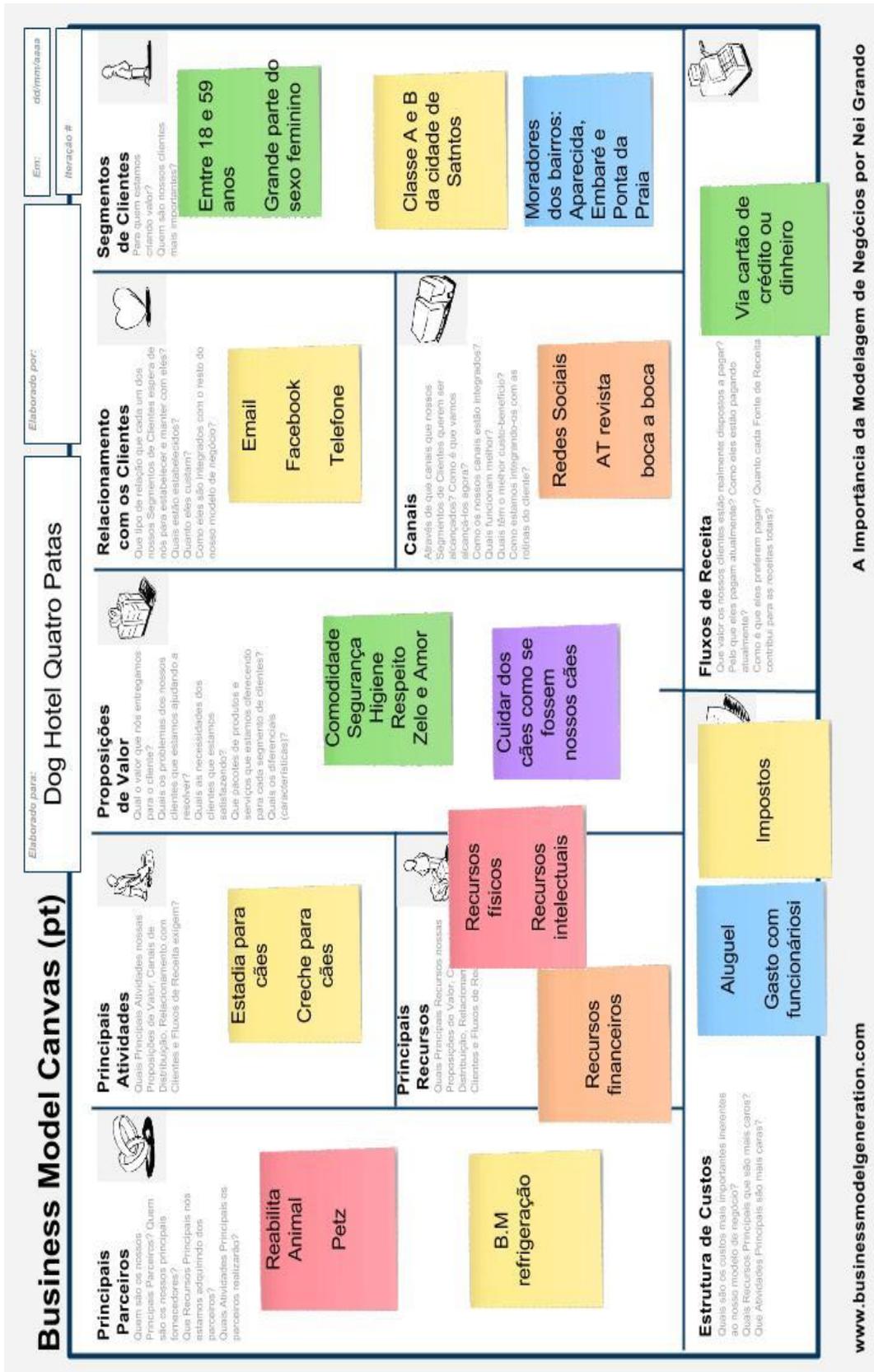
APÊNDICE C - Ficha de cadastro do animal

NOME:			
RAÇA:		COR:	
PESO (kg) :		IDADE:	
SEXO:	() MACHO () FÊMEA	CASTRADO:	() SIM () NÃO
O CÃO POSSUI ALERGIAS? (MEDICAMENTOS, ALIMENTOS, ETC)			() SIM () NÃO
CASO A ULTIMA RESPOSTA SEJA SIM, DESCREVA ABAIXO A(S) ALERGIA(S)			

	Nunca	Raramente	As vezes	Sempre
Rosna para pessoas desconhecidas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Já mordeu alguém?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rosna para cães desconhecidos?	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Já mordeu outro cão?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Já pulou um muro maior do que 1,70m?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Observações:

APÊNDICE D – Canvas



APÊNDICE E - Pesquisa de mercado com os futuros clientes

<p>1) Qual é o seu Sexo?</p> <p>Masculino</p> <p>Feminino</p> <p>Outro</p>
<p>2) Escolha a faixa a qual sua idade está inclusa:</p> <p>Menos de 18 anos</p> <p>Entre 18 e 29 anos</p> <p>Entre 30 e 59 anos</p> <p>Mais de 60 anos</p>
<p>3) Qual é a sua localidade na cidade de Santos ?</p> <p>Aparecida</p> <p>Marape</p> <p>Campo Grande</p> <p>Pompeia</p> <p>Vila Belmiro</p> <p>Gonzaga</p> <p>Macuco</p> <p>Vila Rica</p> <p>Embare</p> <p>Ponta da Praia</p> <p>Vila Mathias</p> <p>Morros</p> <p>Encruzilhada</p> <p>Zona Noroeste</p> <p>Outro...</p>
<p>4) Quantas pessoas moram na sua casa contando com você?</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>Mais de 4 pessoas</p>

<p>5) Qual é a renda do seu atual grupo familiar? (média mensal de renda das pessoas que atualmente moram com você)</p> <p>Classe A-Renda familiar: R\$ 15.761 ou mais.</p> <p>Classe B-Renda familiar mensal: De R\$ 7.880,01 a R\$ 15.760,00</p> <p>Classe C-Renda familiar mensal: de R\$ 3.152,01 a R\$ 7.880,00</p> <p>Classe D - Renda familiar mensal: De R\$ 1.576,01 a R\$ 3.152,00</p>
<p>6) Você possui cachorros em casa? Quantos?</p> <p>Sim, um cachorro</p> <p>Sim, dois cachorros</p> <p>Sim, três cachorros</p> <p>Sim, mais de três cachorros</p>
<p>7) Qual é/são a raça dos seus pets?</p> <p>Viralata</p> <p>Poodle</p> <p>Labrador</p> <p>Pincher</p> <p>Yorkshire</p> <p>Lhasaapso</p> <p>Bulldogue inglês</p> <p>Rotweiller</p> <p>Spitz Alemão (lulu da pomerânia)</p> <p>Bulldogue francês</p> <p>Golden</p> <p>Pug</p> <p>Boxer</p> <p>Pitbull</p> <p>Outro..</p>
<p>8) Qual ração você costuma oferecer ao seu(s) animalzinho(s)?</p> <p>Pedigree</p> <p>Royal Canin</p> <p>Golden</p> <p>Purina Dog chow</p>

Outro...
<p>9) Qual desses Pet shops, Supermercados ou Megalojas você costuma consumir produtos ou serviços para os seus cachorros?</p> <p>Molecão</p> <p>Pelegrini</p> <p>Filetti</p> <p>Petz(pet center marginal)</p> <p>Emporio Animal</p> <p>Supermercado Extra</p> <p>Carrefour</p> <p>Pão de açúcar</p> <p>Outro..</p>
<p>10) Onde costuma comprar artigos para seu <i>pet</i> (brinquedos, comedouros, cama, shampoo, ração, etc.)?serviços para os seus cachorros?</p> <p>Pet Shop de confiança</p> <p>Pet shop online</p> <p>Supermercado</p> <p>Megalojas especializadas em pets</p> <p>Outro...</p>
<p>11) Quanto costuma gastar por mês com seus cães ??</p> <p>Nada</p> <p>Até R\$ 100,00</p> <p>Entre R\$ 100,00 e R\$ 200,00</p> <p>Entre R\$ 200,00 e R\$ 300,00</p> <p>Mais de R\$ 300,00</p>
<p>12) Qual é o motivo que te faz levar seu cachorro nesse pet shop?</p> <p>Proximo da sua residência</p> <p>Qualidade no serviço</p> <p>Preço do serviço</p> <p>Conhecer e aprovar o atendimento dos profissionais do local</p> <p>Outro...</p>
13) Você conhece algum hotel para cães na cidade de Santos?

<p>Sim</p> <p>Não</p>
<p>14) Assinale caso você conheça ou não alguma das empresas abaixo.</p> <p>Fortcão</p> <p>DogLand</p> <p>My pets Nanny</p> <p>Não conheço essas empresas</p>
<p>15) Quando você se ausenta por um longo período de tempo da sua casa, com quem você costuma deixar seu cachorro?</p> <p>Casa de parentes</p> <p>Amigo</p> <p>Hotel para cães</p> <p>Em casa (com visitas diárias de alguém de confiança)</p> <p>Outro..</p>
<p>16) Caso você precise se ausentar por um longo período e tenha a opção de colocar seu <i>pet</i> em um hotel onde ele terá monitores treinados e capacitados para o dia a dia com o animal e veterinários 24h a disposição, monitoramento por câmeras e boletins on-line além de uma infraestrutura higiênica, segura e com boas opções de lazer, você deixaria seu cãozinho nesse Hotel?</p> <p>Sim</p> <p>Sim, depende do preço</p> <p>Não</p>
<p>17) A acupuntura para cachorros pode ajudar o animal a tratar diversas doenças e situações, principalmente em animais de idade avançada. Você toparia tratar seu cachorro com a acupuntura?</p> <p>Sim</p> <p>Sim, depende do preço</p> <p>Não</p>
<p>18) Se surgisse a oportunidade de adotar outro animal e ganhar descontos em consultoria comportamental, sessões de adestramento ou diárias em PetHotel para facilitar a adaptação do animal à casa, à sua rotina e aos outros bichinhos que moram na casa, você teria outro <i>pet</i>?</p> <p>Sim</p> <p>Não</p> <p>Outro..</p>

ANEXO A - Leis e normas vigentes

Artigo 1º - Consideram-se estabelecimentos veterinários para os efeitos desta Norma Técnica Especial: [...] XVII - pensão para animais: o estabelecimento onde são recebidos animais para estadia;

Artigo 3º - Os estabelecimentos veterinários são obrigados, na forma da legislação vigente, a manter um médico veterinário responsável pelo seu funcionamento.

CAPÍTULO II - Das Instalações

Artigo 6º - Para os efeitos desta Norma Técnica Especial constituem dependências, instalações, recintos e partes dos estabelecimentos veterinários:

XIII - canil: o compartimento destinado ao abrigo de cães; deve ser individual, construído em alvenaria, com área compatível com o tamanho dos animais que abriga e nunca inferior a 1,00m²; as paredes devem ser lisas, impermeabilizadas de altura nunca inferior a 1,5m; o escoamento das águas servidas não poderá comunicar-se diretamente com outro canil; em estabelecimentos destinados ao tratamento de saúde pode ser adotado o canil de metal inoxidável ou com pintura antiferruginosa, com piso removível; em estabelecimentos destinados ao adestramento e/ou pensão pode ser adotado o canil tipo solário, com área mínima de 2,00m², sendo o solário totalmente cercado por tela de arame resistente, inclusive por cima;

CAPÍTULO III - Das Condições Mínimas para Funcionamento

Artigo 7º - Nenhum estabelecimento veterinário poderá funcionar sem a presença de profissional médico veterinário durante o período de atendimento.

Artigo 12 - As instalações mínimas para funcionamento de ambulatório veterináriosão:

I - local para exame clínico dos animais;

II - local adequado para a prática de curativos e pequenas cirurgias.

Artigo 15 - Os haras, carrosséis-vivos, escolas para cães, pensões para animais, granjas de criação, pocilgas, hotéis-fazenda, e congêneres devem ter, além da estrutura necessária ao desenvolvimento de suas atividades, ambulatórios veterinários conforme o disposto no artigo 12.

CAPÍTULO IV - Do Pessoal

Artigo 21 - O quadro de funcionários dos parques zoológicos, aquários, hipódromos, hípicas, haras, carrosséis-vivos, escolas para cães, pensões para animais, granjas de criação, hotéis-fazenda, canis e gatis de criação, e "pet shop" incluirá, obrigatoriamente, faxineiro e auxiliar de veterinário, que deverão estar presentes durante todo o período de expediente.

Parágrafo único - O médico veterinário responsável, obrigatório para todos os estabelecimentos veterinários, poderá exercer suas atividades em horário mais restrito que o do expediente nos estabelecimentos incluso neste artigo, a critério da autoridade sanitária competente.

CAPÍTULO V - Da Localização

Artigo 25 - As escolas para cães e pensões para animais poderão localizar-se dentro do perímetro urbano, fora das áreas estritamente residenciais, a critério da autoridade sanitária competente e autoridade municipal, que levarão em conta os eventuais prejuízos à saúde pública.