

STRONG ESAGS – ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO

André Fernandes Pimenta
Andressa Coutinho da Silva
Argos Augusto Miranda Venâncio
Pâmela Mendes da Silva
Taynara Costa da Rocha

HyPet: Limpeza de Resíduos e Desodorização

Santo André

2018

André Fernandes Pimenta
Andressa Coutinho da Silva
Argos Augusto Miranda Venâncio
Pâmela Mendes da Silva
Taynara Costa da Rocha

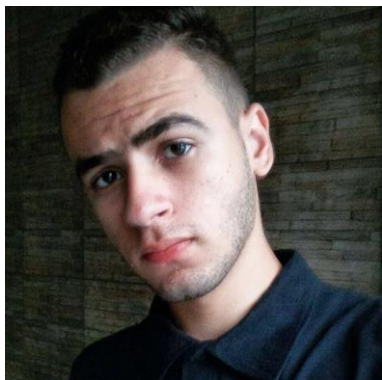
HyPet: Limpeza de Resíduos e Desodorização

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

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas
Boas

Santo André
2018

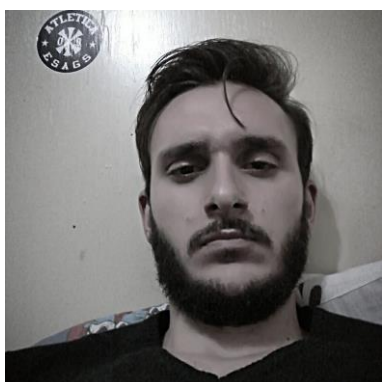
COMPONENTES DO GRUPO



André Fernandes Pimenta



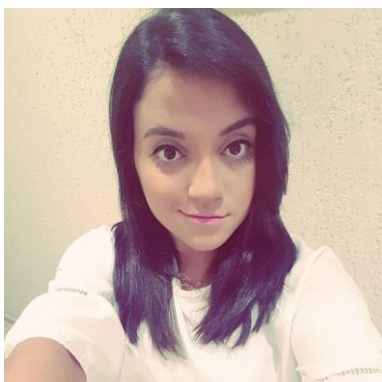
Andressa Coutinho da Silva



Argos Augusto M. Venâncio



Pâmela Mendes da Silva



Taynara Costa da Rocha

André Fernandes Pimenta
Andressa Coutinho da Silva
Argos Augusto Miranda Venâncio
Pâmela Mendes da Silva
Taynara Costa da Rocha

HyPet: Limpeza de Resíduos e Desodorização

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

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas

Prof.

Prof.

DEDICATÓRIA

Dedicamos o presente trabalho a todos os nossos familiares e amigos que nos apoiaram e acreditaram no nosso potencial desde o início da nossa carreira acadêmica dentro dessa instituição. O apoio de vocês foi primordial para que pudéssemos estar hoje prestes a nos graduar em administração pela STRONG ESAGS.

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer à STRONG ESAGS por todo o suporte acadêmico concedido desde o início de nossos estudos na instituição e ao professor Eduardo Vilas Boas que através de críticas e observações construtivas nos orientou e transmitiu conhecimento para que pudéssemos entregar este trabalho com nível de excelência. Estamos muito orgulhosos dos resultados que alcançamos e de todos os encontros produtivos que tivemos, tanto dentro da sala de aula durante os atendimentos quanto fora dela. Somos gratos aos nossos familiares por tornarem nossa graduação possível e acima de tudo, agradecemos a Deus pela vida, saúde e proteção para que tivéssemos capacidade de executar este trabalho.

“A maior recompensa para o trabalho do homem não é o que ele ganha com isso, mas o que ele se torna com isso.”

(John Ruskin)

RESUMO

Este trabalho tem como principal objetivo a aplicação das atividades administrativas teóricas aprendidas na graduação, desenvolvendo os passos necessários para a idealização de uma empresa. O ramo escolhido foi o de serviços de limpeza voltado para os animais, possibilitando assim o desenvolvimento da HyPet – Serviços de limpeza de resíduos e desodorização.

A HyPet é uma empresa de limpeza que chega no mercado com uma nova e diferenciada proposta: fazer a limpeza de resíduos e desodorização do ambiente em que os animais de estimação vivem, seja em casas, apartamentos, hotéis de animais ou canis.

O trabalho como um todo abrange os aspectos da execução do serviço, mercado, vendas, compras, estratégias da empresa, gerenciamento do capital humano e administração financeira.

Com o objetivo de obter informações para provar a viabilidade do negócio que será apresentado, foram realizadas diversas pesquisas, incluindo uma pesquisa de campo que contou com 70 respondentes e gerou informações fundamentais para as análises descritas.

Palavras-chave: limpeza; serviços; mercado pet; desodorização.

ABSTRACT

This work has as its main objective the application of administrative and practical activities in the graduation, developing the necessary steps for an idealization of a company. The chosen branch was the cleaning service for the animals, enabling the development of HyPet - Services of cleaning and deodorization.

HyPet is a cleaning company that comes to the market with a new and different proposal: cleaning waste and deodorizing the environment in which pets live: their houses, apartments, leisure hotels or kennels.

The work as a whole covers the requirements of service execution, market, sales, purchasing, business, human capital management and financial management.

With the objective of presenting information about the employment analysis, the experiments were investigated and included as a field survey with 70 responses and generated fundamental information to the described analyzes.

Key-words: cleaning; services; pet market; deodorization.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faturamento do setor pet	26
Gráfico 2 - Gênero	40
Gráfico 3 - Faixa Etária	40
Gráfico 4 - Moradia dos Respondentes	41
Gráfico 5 - Quantidade de animais de estimação	41
Gráfico 6 - Faixa mensal de gastos com limpeza	42
Gráfico 7 - Faixa mensal de gastos com limpeza (somente respondentes que possuem pets)	43
Gráfico 8 - Valor justo para o serviço de limpeza e desodorização	44
Gráfico 9 - Quem faz a higienização do ambiente	45
Gráfico 10 - Frequência de Contratação	45
Gráfico 11 - Contrataria serviço de limpeza especializado?	46
Gráfico 12 - Terceirização dos serviços de limpeza	75
Gráfico 13 - Crescimento de serviços no Brasil (trimestral)	76
Gráfico 14 - Curva Salarial e comparação da remuneração com o mercado.....	85
Gráfico 15 - Estudo de Viabilidade	109
Gráfico 16 - Trâmites Burocráticos.....	113
Gráfico 17 - Trâmites Administrativos	118

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Business Model Canvas da HyPet	15
Figura 2 - Cadeia de valor HyPet	48
Figura 3 - Fluxograma de operações da HyPet.....	51
Figura 4 - Layout da empresa	52
Figura 5 - Matriz BCG	62
Figura 6 - Dados dos Pacotes.....	64
Figura 7 - Inbound Marketing - Guia de saúde animal.....	64
Figura 8 - Visão geral da landing page.....	65
Figura 9 - Formulário de Teste.....	66
Figura 10 - Campanha Publicitária.....	70
Figura 11 - Logotipo	71
Figura 12 - Fluxograma da experiência de compra dos clientes.....	73
Figura 13 - Organograma.....	82
Figura 14 - Análise SWOT	107
Apêndice 2 - Figura 15 - Pesquisa de Mercado.....	130

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Problemas com a limpeza	46
Tabela 2 - Balanced Scorecard	49
Tabela 3 - Indicadores Chave de Performance	50
Tabela 4 - Máquinas e equipamentos HyPet.....	53
Tabela 5 - Projeção da capacidade da prestação de serviços.....	54
Tabela 6 - Materiais e Fornecedores.....	54
Tabela 7 - Materiais e Fornecedores.....	55
Tabela 8 - Gastos com mobília	56
Tabela 9 - Gastos com informática e telefonia	56
Tabela 10 - Gastos com material de limpeza do escritório Hypet.....	57
Tabela 11 - Gastos com material de escritório	57
Tabela 12 - Gastos com produtos para prestação de serviços.....	58
Tabela 13 - Gastos Fixos	58
Tabela 14 - Gastos com logística	58
Tabela 15 - Gastos totais	59
Tabela 16 - Pacotes HyPet	60
Tabela 17 - Kits de Higiene & Limpeza	61
Tabela 18 - Custos para pessoa física	67
Tabela 19 - Custos para canil e/ou hotel.....	67
Tabela 20 - Custos e cálculos do preço de vendas	68
Tabela 21 - Custos e cálculos de preço de vendas para canil e hotel	68
Tabela 22 - Cálculo de demanda corrente	76
Tabela 23 - Volume de cliques, conversões e impressões.....	78
Tabela 24 - Gastos com Marketing e mídias	79
Tabela 25 - Headcount.....	83
Tabela 26 - Salários da HyPet vs. Salários do Mercado.....	86
Tabela 27 - Gastos com as remunerações dos colaboradores.....	87
Tabela 28 - Valores dos cursos de capacitação para os colaboradores.....	88
Tabela 29 - Estimativa de gastos com rotatividade para primeiro ano da operação .	89
Tabela 30 - Custos com aquisição de EPI's	90
Tabela 31 - Gastos com salários.....	91
Tabela 32 - Gastos com EPI's.....	91

Tabela 33 - Gastos com anúncios de vagas	92
Tabela 34 - Gastos com treinamentos	92
Tabela 35 - Gastos totais	92
Tabela 36 - Investimento Pré-Operacional	95
Tabela 37 - Necessidade de Capital de Giro	96
Tabela 38 - Projeção de faturamento para os próximos cinco anos de atividade da Hypet	96
Tabela 39 - Projeção dos Custos e Despesas Fixas	97
Tabela 40 - Projeção dos Custos e Despesas Variáveis	97
Tabela 41 - Custo unitário e projeção para prestação de serviço para apartamento	98
Tabela 42 - Custo unitário e projeção para prestação de serviço canil/hotel	98
Tabela 43 - Terceirização.....	99
Tabela 44 - Custos de Comercialização.....	99
Tabela 45 - Custos dos Serviços Prestados.....	100
Tabela 46 - Custo da mão de obra.....	100
Tabela 47 - Custos com depreciação mensal.....	101
Tabela 48 - Fluxo de Recebimento	102
Tabela 49 - Fluxo de Recebimento Kit de Higiene & Limpeza	102
Tabela 50 - Demonstrativo de resultados para os próximos 5 anos	103
Tabela 51 - Fluxo de Caixa	104
Tabela 52 – Cálculo de VPL e TIR baseado no fluxo de caixa	105
Tabela 53 - 5W2H Business Model Canvas	110
Tabela 54 - 5W2H Viabilidade da ideia do negócio e estratégica	110
Tabela 55 - 5W2H Viabilidades Operacional, Mercadológica e do Capital Humano	111
Tabela 56 - 5W2H Sumário Executivo, Viabilidade Financeira e do Negócio	111
Tabela 57 - 5W2H Entrega Final	112
Tabela 58 - 5W2H Apresentação Final e Validação do Business Plan.....	112
Tabela 59 - 5W2H Contrato Social.....	113
Tabela 60 - 5W2H Validação do Contrato Social	114
Tabela 61 - 5W2H Registro na JUCESP	114
Tabela 62 - 5W2H Registro de CNPJ.....	115
Tabela 63 - 5W2H Inscrição Municipal	115
Tabela 64 - 5W2H Cadastro na Previdência Social.....	116

Tabela 65 - 5W2H Autorização para emissão de documento fiscal.....	116
Tabela 66 - 5W2H Alvará do Corpo de Bombeiros.....	117
Tabela 67 - 5W2H Alvará de Funcionamento e Localização	117
Tabela 68 - 5W2H Divulgação e Comunicação da Marca	118
Tabela 69 - 5W2H Locação do Imóvel	119
Tabela 70 - 5W2H Compra de Materiais e Equipamentos.....	119
Tabela 71 - 5W2H Recrutamento e Seleção	120
Apêndice 3 - Tabela 72 - DRE de 2019 (mês a mês)	133

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1: VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO	15
1.1 Business Model Canvas.....	15
1.1.2 Oferta de valor	16
1.1.3 Segmentos de mercado.....	16
1.1.4 Canais de distribuição.....	16
1.1.5 Relacionamento com consumidores	17
1.1.6 Fontes de receita	18
1.1.7 Recursos principais	18
1.1.8 Atividades principais	19
1.1.9 Parcerias principais	20
1.1.10 Estrutura de custos.....	21
1.2 Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio	22
CAPÍTULO 2: VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO	23
2.1 Sumário Executivo	23
2.1.1 Dados gerais do empreendimento	23
2.1.2 Dados dos empreendedores.....	23
2.1.3 Missão da empresa e os valores organizacionais.....	23
2.1.4 Forma jurídica.....	24
2.1.5 Enquadramento tributário	24
2.1.6 Capital social	25
2.1.7 Fonte de recursos.....	25
CAPÍTULO 3: VIABILIDADE ESTRATÉGICA.....	26
3.1 Estudo do Mercado-alvo	26
3.1.1 Mercado atual.....	26
3.1.2 Histórico do mercado.....	27
3.1.3 Projeções futuras.....	29
3.1.4 Tendências de mercado	29
3.2 Estudo dos Clientes	30
3.2.1 Identificação das características demográficas dos clientes	30
3.2.2 Descrição dos interesses e comportamentos dos clientes	32

3.2.3 Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir os produtos ou serviços da empresa	33
3.3 Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (2004).....	34
3.3.1 Estudo dos concorrentes	34
3.3.2 Estudo dos fornecedores	35
3.3.3 Estudo da barganha dos consumidores	36
3.3.4 Estudo de novos entrantes	37
3.3.5 Estudo de substitutos	38
3.4 Pesquisa de Campo.....	39
3.5 Delimitação da Estratégia Organizacional	47
3.5.1 Vantagem Competitiva.....	47
3.5.2 Mapa estratégico (Balanced Scorecard)	48
3.5.3 Indicadores Chave de Performance (KPIs).....	49
3.6 Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica	50
CAPÍTULO 4 – VIABILIDADE OPERACIONAL	51
4.1 Plano Operacional.....	51
4.1.1 Fluxograma dos processos operacionais	51
4.1.2 Layout ou arranjo físico.....	51
4.1.3 Máquinas e equipamentos necessários para produção	52
4.1.4 Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços	53
4.1.5 Principais fornecedores	54
4.1.6 Plano logístico e de distribuição.....	55
4.1.7 Política de Qualidade.....	55
4.2 Estimativa de Gastos	56
4.3 Análise e diagnóstico da viabilidade operacional	59
CAPÍTULO 5 – VIABILIDADE MERCADOLÓGICA	60
5.1 Plano de Marketing	60
5.1.1 Produtos e serviços	60
5.1.2 Matriz BCG	61
5.1.3 MVP.....	62
5.1.4 Preço	66

5.1.5	Promoção	69
5.1.6	Gestão da marca	71
5.1.7	Fluxograma da experiência de compra dos clientes da empresa	72
5.1.8	Estratégias de fidelização dos clientes	73
5.1.9	Posicionamento da marca	74
5.2	Previsão e mensuração da demanda	75
5.2.1	Demanda corrente e futura	75
5.2.2	Market-share	79
5.3	Estimativa de Gastos	79
5.4	Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica	80
CAPÍTULO 6 – VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO		81
6.1	Projeção de colaboradores	81
6.1.1	Atividades	81
6.1.2	Organograma	82
6.1.3	Headcount	82
6.1.4	Competências	83
6.2	Plano de gestão de pessoas	84
6.2.1	Recrutamento e seleção	84
6.2.2	Remuneração	85
6.2.3	Treinamento e desenvolvimento	87
6.2.4	Rotatividade e absenteísmo	88
6.2.5	Segurança do trabalho	89
6.3	Estimativa de Gastos	91
6.4	Análise e diagnóstico da viabilidade do capital humano da organização	93
CAPÍTULO 7 – VIABILIDADE FINANCEIRA		94
7.1	Plano Financeiro	94
7.1.1	Pressupostos da análise financeira	94
7.1.2	Cálculo do investimento total	94
7.1.3	Estimativa de faturamento mensal para os próximos 5 anos	96
7.1.4	Estimativa mensal dos custos fixos e variáveis para os próximos 5 anos	97
7.1.5	Demonstrativo de resultados para os próximos 5 anos	102
7.1.6	Estimativa do fluxo de caixa futuro para os próximos 5 anos	104








7.1.7 Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade financeira	104
7.2 Análise e diagnóstico da viabilidade financeira	105
CAPÍTULO 8 – VIABILIDADE DO NEGÓCIO	107
8.1 Análise SWOT da empresa	107
8.2 Plano de ação	108
8.3 Considerações finais sobre o negócio.....	120
REFERÊNCIAS	122
APÊNDICES	123

CAPÍTULO 1: VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO

1.1 Business Model Canvas

A Figura 1 retratará o modelo canvas da HyPet de forma objetiva, mostrando qual será sua proposta dentro dos nove blocos que formam a conceitualização do negócio da organização.

Figura 1 - Business Model Canvas da HyPet

<p>Parcerias-chave </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Condomínios (apartamentos – pessoa física); ✓ Empresas privadas (petshops e hotéis de animais de estimação); ✓ Empresas fornecedoras de Kits de higiene animal. 	<p>Atividades-chave </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Serviço de limpeza de resíduos; ✓ Serviço de desodorização e tratamento de manchas; ✓ Marketing digital e Buzz Marketing. 	<p>Oferta de Valor </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Segurança de um ambiente limpo e agradável para seu animal de estimação; ✓ Melhor qualidade de vida para o animal e seu dono; ✓ Comodidade ao cliente que não possui tempo de fazer a higienização do ambiente; ✓ Proporcionar conhecimento a respeito da importância de manter o ambiente limpo. 	<p>Relacionamento </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Atendimentos personalizados; ✓ Pacotes de serviços; ✓ Campanhas promocionais; ✓ SAC. 	<p>Segmentos de Clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Clientes que possuem animais domésticos; ✓ Clientes que residem em casas, apartamentos e/ou condomínios; ✓ Clientes que não possuem tempo disponível para limpeza do espaço dedicado ao animal doméstico; ✓ Clientes preocupados com o bem-estar de seus pets. ✓ Canis e hotéis para animais de estimação.
<p>Estrutura de Custos </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Imóvel (Aluguel); ✓ Matéria-Prima; ✓ Veículos "HyPet Car"; ✓ Equipe de trabalho. 		<p>Fontes de Receita </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Limpeza técnica de resíduos; ✓ Desodorização de ambientes; ✓ Equipamentos e acessórios (HyPet Bags); ✓ Oferta Kit Higiene e Beleza (Parcerias). 		

Fonte: Os Autores, 2018.

A proposta da empresa será oferecer serviços especializados e de qualidade no que diz respeito à limpeza de resíduos de animais domésticos e desodorização.

A empresa atuará em duas vertentes: a física, que se refere à contratação do serviço a partir da presença de um consultor da HyPet que visitará o local para oferecer os serviços e produtos da empresa e avaliar o melhor serviço a ser adquirido pelo cliente. E a virtual, que se caracteriza pela contratação do serviço através da internet ou do aplicativo da HyPet.

1.1.2 Oferta de valor

A HyPet surge com uma proposta inovadora e diferenciada dentro do mercado de produtos e serviços voltados aos cuidados com animais de estimação no cenário brasileiro. Por meio da manutenção do espaço dedicado aos animais domésticos a empresa objetiva agregar valor ao poupar os donos de animais de uma das responsabilidades inerentes a ter um animal de estimação. A empresa oferecerá serviços de limpeza de resíduos de animais domésticos, fornecendo ao cliente a segurança de um ambiente limpo e agradável gerando bem-estar e maior qualidade de vida tanto para o cliente quanto para seu pet.

Por meio dos serviços prestados, o mal cheiro, os resíduos deixados pelos animais e as bactérias que poderiam ser passadas para os outros animais e para os seres humanos serão reduzidos.

1.1.3 Segmentos de mercado

A HyPet será uma prestadora de serviço de limpeza de resíduos de animais domésticos e desodorização, sendo assim, o principal segmento com o qual trabalhará é o de pessoas que possuem animais em suas casas, apartamentos e/ou condomínios e necessitem do seu serviço. Além disso, clientes preocupados com o bem-estar de seus pets a ponto de investir no mesmo por meio da higiene.

Outro segmento com o qual a empresa trabalhará será o de pessoa jurídica, englobando serviços de limpeza para canis e hotéis de animais a fim de levar sua proposta de valor para esses ambientes também.

1.1.4 Canais de distribuição

A organização criará contato progressivo com os clientes em potencial por meio das redes sociais, newsletter e oferta de campo (porta-a-porta), com o objetivo de transmitir a informação de forma mais rápida e eficiente e fortalecer o relacionamento empresa-cliente.

A empresa disponibilizará um site no qual o público poderá agendar os serviços de forma mais rápida e esclarecer dúvidas. A HyPet também utilizará o Google AdWords para auxiliar na sua divulgação.

O HyPet App será um canal essencial, visto que atualmente o uso de aplicativos é crescente e é mais cômodo para os clientes obter tal ferramenta e

agendar tudo pelo próprio celular. O aplicativo da HyPet visa facilitar o agendamento de serviços e programação para o cliente, que também poderão ser feitos através do site e/ou por telefone.

Os clientes serão um canal de distribuição importante, pois a partir do momento em que ocorre a fidelização dos mesmos e a expectativa do serviço é superada, eles recomendarão a organização para outras pessoas.

Como forma de divulgar e entregar sua proposta de valor para o segmento de pessoa jurídica visando parcerias, a HyPet terá participação em eventos de negócios, de produtos e serviços no mercado pet, como por exemplo: o Mega Grooming Show (maior evento de estética animal das Américas), a feira SUPERPET (voltada para proprietários de petshops, veterinários, empresários do segmento pet), a FeiPet (Feira de Negócios para Animais de Estimação, consolidada como o maior evento de negócios pet da região Sul) e o PET South America (Feira Internacional de Produtos e Serviços para a Linha Pet e Veterinária).

Essas iniciativas serão fundamentais para a estratégia da HyPet, principalmente para despertar o interesse dos consumidores em adquirir os seus serviços.

1.1.5 Relacionamento com consumidores

O relacionamento com os consumidores será firmado através de serviços e atendimentos personalizados dependendo da necessidade que eles buscam satisfazer. Os atendimentos personalizados terão como objetivo encantar o cliente para que a empresa possa não somente fortalecer o relacionamento com esse cliente, mas também receber indicações no futuro. A HyPet oferecerá serviço de qualidade e um leque de pacotes que darão ao cliente a comodidade de escolher o que necessita e receber serviço especializado e de alta qualidade, e que, além disso, não existe no mercado brasileiro.

A organização também realizará campanhas com pacotes promocionais e descontos para clientes.

A HyPet acredita que uma relação de confiança começa com o diálogo, e pensando em uma melhor forma de atender a demanda do consumidor, a

organização disponibilizará no site um serviço de atendimento ao consumidor para avaliações, sugestões, entre outros.

1.1.6 Fontes de receita

As principais fontes de receita da HyPet serão:

- Recorrentes: Limpeza técnica de resíduos e Desodorização de ambientes;
- Pontuais: Equipamentos e acessórios vendidos para tratamento e cuidado de ambientes com animais domésticos (como por exemplo, as HyPet Bags) e Oferta Kit de Higiene e Beleza.

Serão vendidos serviços aos clientes caracterizados por limpeza técnica e desodorização de ambientes, de forma que não prejudique a saúde animal e que sujeiras profundas sejam retiradas. Um serviço de destaque, que vai além de uma limpeza convencional, com funcionários especializados e produtos específicos.

A HyPet atuará dentro de apartamentos (condomínios), em canis e hotéis de animais.

A escolha por um público de condomínios, hotéis, cuidadores e canis terá o principal objetivo de trazer recorrência de serviço. O fato de a empresa prestar serviços pequenos em diferentes locais poderá tornar a atividade inviável, pois os custos são altos e não seriam diluídos devido à falta de escala da operação. Já com os esforços voltados ao público de escala, será mais fácil conquistar sua viabilidade econômica, pois serão ambientes amplos, com maior necessidade dos serviços da HyPet.

1.1.7 Recursos principais

Os principais recursos da empresa serão:

- Imóvel (alugado): será utilizado para abrigar a sede da HyPet e estocará materiais usados na prestação de serviços;
- Matéria-prima: produtos específicos de limpeza que serão utilizados para a prestação de serviços;
- Veículos - "HyPetCar": veículos utilitários que serão utilizados pelos colaboradores com o principal objetivo de locomoção aos pontos de prestação de serviço e carregamento de materiais.

- Profissionais especializados: profissionais que farão a prestação de serviços deverão ser dedicados e zelar pelo ambiente do cliente, a fim de prestar um serviço de qualidade e diferenciado de uma limpeza tradicional, que poderia ser realizada por um assistente de limpeza comum.

1.1.8 Atividades principais

A HyPet terá como principais atividades o fornecimento de serviços de higiene animal e oferta de produtos de parceiros a fim de manter a qualidade do serviço por mais tempo.

Os principais serviços da empresa serão os seguintes:

- Serviço de limpeza de resíduos: A coleta de resíduos será efetuada a partir do contato do cliente com a empresa, seja por meio do site, aplicativo e/ou telefone. Após a contratação do serviço um profissional da empresa se dirigirá até o local equipado com seus itens de limpeza a fim de executar a correta higienização do ambiente. O serviço de limpeza de resíduos não terá por finalidade apenas a limpeza do ambiente, mas também garantir tanto o bem-estar do dono quanto o bem-estar do animal.

- Serviços para desodorização e tratamentos de manchas: Os animais aplicam enzimas naturais aos locais que circulam, especialmente aqueles em que vivem, provocando odores persistentes e malcheirosos no ambiente. Para solucionar este problema a HyPet possui um procedimento já incluso para serviços específicos de desodorização caso seja necessária sua ativação.

Esta solução é segura para os animais e não prejudica a superfície do pátio, do gramado, móveis ou deck do cliente. Dependendo da concentração e da extensão do odor, vários tratamentos poderão ser necessários para remover completamente os cheiros desagradáveis, como por exemplo, em estofados, carpetes e tapetes.

Além disso, os serviços que serão realizados por meio da HyPet serão novos no mercado brasileiro. A visibilidade é o fator mais importante como nova entrante, por esta razão, é imprescindível obter resultados mensuráveis e reais por meio de uma presença forte na internet, de uma correta construção de público e, impreterivelmente, uma análise criteriosa de resultados quanto ao impacto da

empresa no mercado. As principais ferramentas utilizadas pela organização a fim de atender tais premissas serão:

- Marketing digital: Este será o momento em que o cliente passará a conhecer a empresa, os seus serviços e como poderá atender as suas necessidades e expectativas. A propaganda online da HyPet será efetuada por meio de algumas mídias do país, como por exemplo, o Facebook e o Google.

- Buzz Marketing (boca a boca): O marketing buzz não funciona apenas para que um cliente potencial tenha ciência da existência dos serviços da empresa, mas serve como um dos maiores influenciadores que existem, sendo assim, é uma excelente ferramenta de divulgação. A HyPet acredita que, através de um bom atendimento e proximidade com os seus clientes ela poderá alavancar sua receita por meio do compartilhamento de informações entre pessoas e empresas.

1.1.9 Parcerias principais

As principais parcerias da HyPet serão:

- Condomínios (serviço voltado a apartamentos – pessoa física): A HyPet terá como um de seus parceiros os condomínios para atendimento aos clientes dos apartamentos. Os serviços da empresa serão ofertados através dos consultores que irão desenvolver ações nos condomínios mostrando através de materiais como *flyer* e *folders* os benefícios dos serviços da HyPet, com isto, obterá como parceiro um influenciador direto na qualidade de vida para os clientes e seus animais de estimação. A organização acredita que a aliança estratégica com condomínios ajudará a reduzir custos de manutenção dos veículos e custos de combustível, já que o serviço será realizado no mesmo local sem a necessidade de deslocamento de um lugar a outro.

- Empresa privada (petshops e hotéis de animais): A parceria estratégica será fundamentada através dos *flyers* e *folders* que a HyPet deixará em seus estabelecimentos como meio de canal de informação, pensando em desenvolver associações fortes e favoráveis é preciso vincular-se a empresas de confiança que atuam em um mesmo mercado. A HyPet acredita que estas entidades ao conhecerem a qualidade de seus serviços a probabilidade de participarem e apoiarem a causa será muito maior, pois será por meio desta estratégia que

adquirirá seus clientes potenciais, fornecendo-lhes a visão da necessidade da contratação dos seus serviços.

- Empresas fornecedoras dos produtos de limpeza e de kit de higiene animal: Os cães, em especial, não são independentes como os gatos, por isso eles precisam de uma atenção maior quanto a sua higienização. Uma limpeza mal executada pode trazer malefícios a saúde do animal, por isso a HyPet, junto aos seus parceiros, adquirirá os produtos de execução dos serviços e oferecerá ao cliente kits específicos para a raça e aspectos da pelugem a fim de suprir as necessidades básicas do animal. Existem algumas empresas no mercado que fabricam e vendem kits, como Petlove e GenialPet. A oferta dos produtos tornará o valor da organização ainda mais tangível ao cliente e ajudará na geração de receita tanto para os parceiros quanto para ela mesma, que será o canal intermediário dos produtos desses parceiros.

1.1.10 Estrutura de custos

A HyPet terá os seguintes gastos para a sua operação:

- Aluguel: valores gastos para locação da sede da empresa, sendo mais viável alugar o ambiente do que comprá-lo. A opção pelo aluguel permitirá maior flexibilidade para uma possível mudança de imóvel, caso o local futuramente não se mostre comercialmente adequado.
- Produtos de Limpeza: produtos específicos e especiais que visam tanto a higiene dos ambientes, quanto a proteção da saúde dos animais, um dos principais pilares da organização.
- Produtos Personalizados: produtos extra para tangibilizar a prestação de serviços e que podem ser oferecidos aos proprietários dos pets (HyPet Bags, por exemplo).
- Veículos "HyPetCar": Carros destinados ao uso dos colaboradores para locomoção até os endereços onde os serviços serão prestados.
- Equipe de Trabalho: colaboradores que estarão incumbidos de prestar o serviço de limpeza dos resíduos dentro das residências e outros locais. As tarefas que envolvem a atividade central da empresa deverão ser prestadas com zelo, carinho e cuidado com os animais.

1.2 Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio

O mercado de limpeza de resíduos de animais de estimação é um cenário ainda não explorado no Brasil de acordo com pesquisas realizadas. É mais comum encontrar uma empresa que faça a limpeza dos domicílios de uma forma geral e não de forma tão específica quanto a HyPet. Também é comum encontrar empresas que ofereçam os produtos de limpeza, no entanto, não há no Brasil uma empresa especializada em higienização de resíduos de pets e desodorização, e que ainda disponibilize alguns produtos e serviços interessantes no mercado.

Com a HyPet, o cliente poderá ficar tranquilo que tanto ele quanto seu animal viverão em um ambiente limpo e agradável.

A HyPet terá como objetivo conscientizar a sociedade da importância da limpeza dos resíduos de seus animais através de seus serviços. Isso gerará um bem comum para todos os envolvidos, que não terão que se preocupar com reclamações de mal cheiro e odor ou com a insistência dos odores em permanecer no ambiente mesmo após a limpeza. Isso, sem contar nas doenças e bactérias que poderiam ser transmitidas para animais e seres humanos com a falta de limpeza ou a limpeza incorreta.

O cliente procurará a HyPet porque além de preços competitivos, ela oferecerá um serviço único no mercado e possuirá colaboradores que trabalharão com carinho, zelo e cuidado com os animais. A HyPet entrará nos domicílios e não só realizará a limpeza, mas também ficará atenta a qualquer sinal de que há algo de errado com o ambiente, com os resíduos ou com o animal. É uma empresa que se importa com a qualidade de vida dos clientes e seus pets.

Sendo assim, a proposta do negócio é viável porque há grandes possibilidades de crescimento no decorrer dos próximos anos, tendo em vista que o mercado pet se encontra em expansão e que a HyPet estará desenvolvendo uma atuação em nicho ainda não existente no cenário nacional.

CAPÍTULO 2: VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO

2.1 Sumário Executivo

2.1.1 Dados gerais do empreendimento

A HyPet, será uma empresa especializada em serviços de limpeza de resíduos e desodorização do ambiente onde se mantém o animal de estimação para eliminar odores e pelos, mas sobretudo as bactérias que podem se proliferar e causar doenças futuras. Esse serviço será oferecido tanto para apartamentos, quanto para hotéis e canis.

A organização atuará no setor terciário da economia como uma prestadora de serviços, realizando atendimentos diferenciados conforme as necessidades dos clientes. Suas operações e os departamentos administrativos estarão localizados na cidade de Santo André e a princípio a HyPet irá atuar na região do Grande ABC Paulista.

2.1.2 Dados dos empreendedores

Depois de várias análises para novos negócios e devido ao crescimento do mercado pet surgiu uma alavancada procura de serviços para os bichos de estimação. Sabendo dessa tendência e da falta de tempo para fazer uma limpeza profunda do ambiente do animal doméstico, a equipe se reuniu com a ideia de abrir um empreendimento que mesclasse algo inovador e que suprisse integralmente a demanda. Disso surge a HyPet.

A estrutura de gestão organizacional da empresa será composta por cinco sócios investidores, que atuarão diretamente no negócio através de um conselho administrativo. Todos os sócios possuem formação em Administração e experiências relevantes em áreas específicas. No Apêndice 1 estão os resumos dos currículos dos sócios da HyPet.

2.1.3 Missão da empresa e os valores organizacionais

Missão: “Promover para os donos de animais e seus pets o bem-estar, o conforto e a conveniência por meio da oferta de um serviço diferenciado e de atendimento especializado”.

Visão: “Ser referência no mercado de serviços de limpeza pet e ser reconhecida como benchmarking em excelência no serviço e inovação voltada ao cliente”.

Valores Organizacionais:

- Compromisso com o cliente: Estar atento às necessidades do cliente e atendê-las;
- Excelência: Proporcionar a melhor experiência de serviço aos nossos clientes;
- Ética: Possuir padrões de ética bem definidos e disseminados na mente dos colaboradores;
- Respeito: Encorajar o respeito nas relações para com colaboradores, fornecedores, clientes e demais stakeholders.

2.1.4 Forma jurídica

A HyPet terá um registro no Cartório de Pessoa Jurídica e terá o CNPJ específico de uma Sociedade Limitada, composta por cinco sócios investidores com responsabilidades equivalentes e com contribuições iguais de cada parte ao total do capital investido.

Seu modelo de negócio estará registrado sob a classe: 8121-4/00 de acordo com a classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE¹ que descreve essa classe como serviços de limpeza geral de prédios de qualquer tipo: residências, escritórios, entre outros.

2.1.5 Enquadramento tributário

Tendo em vista a previsão de faturamento dos cinco primeiros anos de atividade da Hypet o enquadramento tributário adequado para a organização é o Simples Nacional, regime este que agrupa oito impostos e contribuições: PIS, Cofins, IPI, ICMS, CSLL, ISS e o Imposto de Renda da pessoa jurídica. Tal regime é regulamentado pela Lei Complementar 123 de 14 de dezembro de 2006.

¹<https://cnae.ibge.gov.br/?view=subclasse&tipo=cnae&versao=8&subclasse=9609203&chave=%20pet>

2.1.6 Capital social

O investimento inicial para dar início nas atividades da Hypet é estimado em R\$ 285.702,92. Tal montante será destinado às instalações da sede administrativa, máquinas, equipamentos, mobília, utensílios em geral e para os demais investimentos pré-operacionais, como por exemplo, capital de giro e necessidade líquida de capital de giro.

2.1.7 Fonte de recursos

No início das atividades da empresa não haverá necessidades de se captar fontes de recursos de terceiros. Os sócios conseguem utilizar o próprio capital para o andamento das atividades necessárias para o andamento do negócio sem buscar recursos com investidores, o que evita incorrência de juros sobre o capital de terceiros e demais trâmites burocráticos existentes para a solicitação de crédito, principalmente em instituições financeiras.

CAPÍTULO 3: VIABILIDADE ESTRATÉGICA

3.1 Estudo do Mercado-alvo

A seguir será apontada a análise de dados secundários sobre o mercado Pet, inclusive como esses fatores externos possibilitam um entendimento das oportunidades e as ameaças, bem como o cenário atual no qual a HyPet pretende exercer suas atividades.

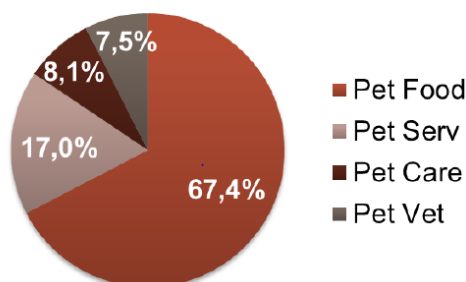
3.1.1 Mercado atual

O segmento no qual a HyPet planeja adentrar e realizar seus serviços é o mercado pet. Um setor que por conta de um estreitamento na relação entre pets e seus donos contribuiu para que ocorresse um crescimento da busca de produtos e serviços que antes pareciam inimagináveis.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET)², o Brasil tem a segunda maior população de animais de estimação, sendo 52,2 milhões de cães, 22,1 milhões de gatos, 18 milhões de peixes, 37,9 milhões de aves e mais 2,2 milhões de outros animais de estimação. Além disso, o setor foi responsável por um faturamento de mais de R\$ 18,9 bilhões em 2016 e inclusive chegou a ocupar 0,37% do PIB nacional³.

De acordo com dados da ABINPET³, o mercado pet no Brasil intercala sua renda em quatro setores. O Gráfico 1 aponta que 67,4% do faturamento gerado no setor corresponde à venda de pet food enquanto que o setor de serviço ao qual a HyPet pretende atuar⁴ corresponde a 17%.

Gráfico 1 - Faturamento do setor pet



Fonte: Congresso CBNA PET 2016 (dados ABINPET).

² <http://abinpet.org.br/site/faq/>

³ <http://www.petbrasil.org.br/mercado-brasileiro>

⁴ <http://cbna.com.br/arquivos/10%20Palestra%20Pedro%20Bermudes.pdf>

Todo esse sucesso é exclusivamente pela mudança de status que os bichos passaram a ter nos lares, de um simples companheiro para um membro da família, tendo direito à alimentação saudável, momentos de lazer, acompanhamento médico e, é claro, a manutenção regular da higiene.

Além disso, segundo dados do IBGE⁵, o Brasil possui mais cães do que crianças, aproximadamente 44% do total de residências, o que é semelhante a 52 milhões de animais, enquanto o número de crianças atinge 45 milhões.

Por meio destas mudanças surge também a preocupação e o maior cuidado, conforme os dados divulgados em 2017 pela SPC Brasil⁶, dos consumidores que dão importância ao bem-estar de seus animais de estimação, 99,2% cuidam de alguma forma da saúde dos pets, sendo que 63,5% zelam pela higiene e cuidados gerais enquanto 58% mantêm os exames e as vacinas em dia. A motivação para manter esse cuidado contínuo está relacionada principalmente à garantia de saúde (84,7%), à higiene uma vez que os pets ficam dentro da casa ou apartamento (52,3%), e à diversão dos bichos (41,6%, aumentando para 48,6% entre os mais jovens).

3.1.2 Histórico do mercado

O mercado pet vem sendo alvo de transformações nos últimos anos e um dos pontos que mais influenciou foi a “Humanização”⁷ de tal mercado. As pessoas começaram a ver os animais como se fossem seus filhos, como um membro importante na família. Alguns anos atrás, os pets eram utilizados como animais especificamente de trabalho. Gatos eram caçadores de ratos em fazendas e cães eram classificados em duas funções, guardas ou cuidadores das fazendas.

Os donos se preocupavam mais em alimentá-los para que exercessem suas funções, mas com o passar do tempo esse vínculo entre o animal doméstico e o dono modificou-se. Outra mudança que ocorreu dentro da sociedade foi a diminuição das taxas de fecundidade, o envelhecimento populacional e a ruptura da família tradicional.

⁵ <http://cbna.com.br/arquivos/10%20Palestra%20Pedro%20Bermudes.pdf>

⁶ https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wpcontent/uploads/2017/09/Analise_Mercado_Pet_Setembro_2017.pdf

⁷ <http://www.uai.com.br/app/noticia/saude/2014/10/07/noticias-saude,191429/>

De acordo com o IBGE⁸, na década de 1960, a família brasileira tinha em média seis filhos. O número diminuiu para quatro na década de 1980 e para dois em 2000. Em 2020, a projeção é que a média seja de um. Este é um ponto que se interliga diretamente com os pets, visto que muitas famílias passaram a ter os cães e gatos como substitutos de seus próprios filhos.

Já em relação ao envelhecimento populacional, como a expectativa de vida aumentou graças aos avanços da medicina, o cenário que a maioria dos idosos vive é de já não possuir os filhos morando em casa, além de muitos já serem viúvos. Deste modo, a solidão é suprida através dos pets e de acordo com os dados do IBGE a perspectiva é que o número de idosos aumente podendo alcançar até 41,5 milhões de pessoas até 2030.

Além disso, o modelo de família constituído de casal com filhos deixou de ser algo único. Um novo modelo de família surgiu e vem crescendo desde então. Ele é chamado de DINK'S ("Double Income No Kids") - termo usado para casais sem filhos, e que possuem um maior potencial de compras. Segundo o IBGE, a projeção é de que, em 2020 os DINK'S cheguem a 12% do total das famílias o que influencia também na alavancada no mercado pet atual.

Em relação à força no mercado mundial pet, de acordo com a ABINPET⁹, o maior mercado ainda é o dos EUA com 30,9% dos US\$ 98,4 bilhões totais arrecadados do setor, ficando o Brasil em segundo lugar com 7,3%, o Reino Unido em Terceiro com 7% e a França em quarto com 5,8%.

Ao longo dos últimos anos o faturamento do setor pet brasileiro também cresceu, o que aumentou o interesse de investidores a adentrarem no mercado. Em 2011 o Brasil chegou a faturar R\$ 12 bilhões no setor pet, em 2014 o valor foi de R\$ 16,7 bilhões arrecadados e até 2016 o mercado já conseguia arrecadar R\$ 18,9 bilhões.

Mesmo com todo esse crescimento o mercado de higiene pet ainda tem muito a crescer. O investimento com produtos e serviços relacionados especificamente a esse setor foi de 6,6% entre 2014 e 2015, já em 2017 teve um aumento para 8,2%, mesmo assim continua sendo mais focado nos produtos do que propriamente na quantidade dos serviços, que faturou 17% no mesmo ano.

⁸ <http://cbna.com.br/arquivos/10%20Palestra%20Pedro%20Bermudes.pdf>

⁹ <http://abinpet.org.br/site/faq/>

3.1.3 Projeções futuras

Como visto anteriormente, o segmento de mercado pet não só está em constante crescimento, já que ter um animal doméstico requer mais do que dar água ou comida, mas tornou necessário o surgimento de novos produtos e serviços no mercado.

Segundo o IBGE¹⁰, 44,3% das 65 milhões de residências têm pelo menos um animal doméstico e esse é um dos motivos que influenciam o crescimento do mercado. No entanto, existem algumas lacunas no setor, a falta de inovação e de serviços que unam a saúde e tecnologia se faz necessária, especialmente porque dependendo da raça e porte alguns cuidados devem ser levados em consideração.

Independentemente desses fatores, o fato de o mercado pet ser amplo torna possível a facilidade de se adentrar com serviços e produtos necessários, mas que também sejam inovadores. O serviço de higienização e limpeza pet é um setor em que se espera crescimento até 2020, em especial pela preocupação com proliferação de doenças, como bactérias e pulgas. Hoje em dia o serviço específico ao ambiente do pet é algo novo, o que significa que há potencial de crescimento nesse setor, além de expansão das oportunidades.

3.1.4 Tendências de mercado

Constata-se a tendência dos consumidores para o bem-estar, higiene e a saúde dos pets, o que é o precursor do elevado gasto nesse segmento. Conforme dados do SEBRAE¹¹, por conta do cenário aquecido se espera que em 2020 o setor chegue a acumular cerca de R\$ 20 bilhões.

Atualmente, no mercado pet, o setor de serviços é o segundo que mais fatura atrás apenas da alimentação. A procura por serviços que atendam às necessidades dos mais de 60 milhões de animais de estimação é elevada, o que movimenta milhões de reais todos os anos.

A projeção de modelos familiares onde o pet é o membro da família agrega oportunidades de surgir tendências, como por exemplo: alimentação saudável,

¹⁰ <http://cbna.com.br/arquivos/10%20Palestra%20Pedro%20Bermudes.pdf>

¹¹ <http://sebraemercados.com.br/mercado-pet-cresce-75-este-ano-e-movimenta-r-14-bi/>

centros de estéticas (aonde os serviços vão desde escovação de dentes até ofurô com massagem), Pet shop online, táxi dog, academia para pets, plano de saúde, entre outros¹².

Dessa forma espera-se que cada vez mais os consumidores procurem por produtos e serviços diferenciados que visam atender uma vida mais prolongada para o pet, com mais saúde e um ambiente protegido de doenças. Nesse caso o mercado pet, principalmente o Pet Serv, não é algo temporário, conforme ocorrem as mudanças nas condutas dos consumidores esse é um setor que tende a ser enxergado futuramente de outra forma.

3.2 Estudo dos Clientes

3.2.1 Identificação das características demográficas dos clientes

A correta higienização é primordial para que os animais não defecam ou urinem em lugares inapropriados, entretanto alguns comportamentos instintivos do animal, como por exemplo, medo, marcação do território, pedido de atenção ao dono, entre outros motivos, geram uma necessidade nele em fazer suas necessidades em locais inadequados. Com base nesta premissa, a Hypet estará no mercado para atender pessoas jurídicas, como: canis e hotéis para animais a fim de fazer uma correta higienização do local, já que os cães normalmente voltam para as áreas onde possuem o odor.

Canis: Conforme SEBRAE¹³, o canil é um negócio voltado para a criação de animais e pode ser considerado comércio varejista de animais, tal como hospedagem e alimentação. Em São Paulo há mais de quinhentos canis, incluindo canis de criação de raças específicas e de animais abandonados.

O faturamento de canis pode variar muito, criadores de cães de raça, por exemplo, atingem um alto lucro líquido, assim como canis de cães abandonados atingem menores valores, visto que, os custos para cuidado são dissemelhantes. Entretanto, a localização e estrutura dos canis compartilham das mesmas premissas: lugares mais afastados do centro comercial e de bairros residenciais, a fim de evitar reclamações ou constrangimentos. Considerando serem locais mais

¹² <http://www.vetusweb.com.br/7-tendencias-para-o-mercado-pet-em-2018/>

¹³ <https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Como-montar-um-Canil>

afastados, normalmente pagam mais barato pela localização, ou seja, menores custos no fechamento de seus resultados.

Na montagem de um canil de raça, o empresário terá que investir inicialmente de R\$ 100.000 a R\$ 250.000 reais, porém com retorno em médio prazo¹⁴. Alicerçado no estudo deste negócio, foi identificado que os funcionários do canil que realizam a limpeza do local. A contratação de uma empresa terceirizada, como a HyPet, disponibilizaria a oportunidade dos empresários focarem somente no seu core business, otimizando seus processos e reduzindo suas despesas por meio da contratação de um pacote viável ao seu negócio.

Hotéis de animais: Este empreendimento tem por finalidade oferecer serviços de hospedagem para pets, conforme análise no SEBRAE (Cartilha de negócios)¹⁵: “Se bem gerenciado, pode-se concluir que o investimento no ramo de hotelaria para animais domésticos pode ser um negócio ‘bom pra cachorro’”. As principais metrópoles brasileiras têm observado transformações significativas no perfil demográfico e nos hábitos de sua população, devido a tais mudanças as pessoas estão tendo menos filhos e adotando mais animais¹⁶, por isso, muitos proprietários satisfazem com maior afinco a necessidade de seus animais, investindo no mercado pet. Uma das tendências brasileiras é aumentar ainda mais este mercado, pois com o crescimento da criação de animais exóticos, como iguanas, cobras e furões também demandarão produtos e serviços especializados, sendo assim, maior necessidade de cuidados de higienização com base nos espécimes, o que capacitará a HyPet a ampliação de seu negócio.

Além disso, a HyPet também estará no mercado para atender pessoas físicas como: o público de casas e apartamentos (condomínios).

O atendimento nos apartamentos será direcionado a mulheres e homens de todas as idades, casados e solteiros das classes: A1, A2, B1 e B2 (alta classe alta, baixa classe alta, alta classe média e baixa classe média), moradores de condomínios.

¹⁴ <https://www.montarumnegocio.com/como-montar-um-canil/>

¹⁵ <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-hotel-para-animais-domesticos,f4587a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

¹⁶ https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/09/opinion/1433885904_043289.html

As mulheres, por exemplo, têm conquistado a cada dia grandes posições no mercado de trabalho, acompanhado destas novas responsabilidades as antigas não se extinguíram, resultando em um acúmulo nas funções diárias exercidas. Fundamentado na análise deste mercado, a HyPet fornecerá as mulheres, assim como aos homens atarefados, um maior tempo de lazer e descanso, melhorando a qualidade de vida para ambos, do mesmo modo, ofertará aos donos de canis e hotéis maior tempo para focar em seu *core business*.

Com base na pirâmide de Renda Brasileira¹⁷, um pouco mais de 50% da população possui renda média a alta, público concentrado principalmente nas regiões de São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Ceará, para início das atividades, a HyPet acredita que seja um mercado interessante para atuação.

3.2.2 Descrição dos interesses e comportamentos dos clientes

O comportamento da busca por imóveis traduz o interesse na aquisição de bens permanentes, o qual lhe proporcione bem-estar e crescimento familiar, entretanto a busca não está vinculada apenas aos filhos, pois os desejos e regras familiares têm mudado. Atualmente as pessoas, especialmente as mulheres, maratonam pela vida profissional, segundo artigo do site terra baseado em estudos realizados pelo IBGE¹⁸, atualmente 14% das mulheres não desejam mais ter filhos, substituindo-os por bichos de estimação. Hotéis com piscina, cosméticos e tratamentos genéticos para doenças são alguns dos produtos e serviços que o brasileiro de classe média e alta está comprando para seus animais.

O gasto mensal, considerando apenas a classe D e C, pode chegar até 10% da renda da família, um levantamento ainda revela que 33% dos donos que frequentam o petshop sempre adquirem produtos além do básico¹⁹, valor significativo para estudo do mercado.

Com base no estudo voltado à região de São Paulo realizado pela Revista Exame²⁰, o cuidado animal movimenta cerca de R\$ 17 bilhões por ano, ou seja, ainda há muito mercado a ser explorado. O plano de saúde animal, por exemplo, é

¹⁷ <http://g1.globo.com/economia/noticia/2015/08/71-mil-brasileiros-concentram-22-de-toda-riqueza-veja-dados-da-receita.html>

¹⁸ <https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/mulher/comportamento/14-das-brasileiras-nao-querem-ser-maes-saiba-mais,aa38e4ddfce27310VgnCLD100000bbcceb0aRCRD.html>

¹⁹ <http://www.bandab.com.br/nacional/para-61-animais-de-estimacao-sao-membros-da-familia-gasto-mensal-e-de-r189/>

²⁰ <https://exame.abril.com.br/negocios/como-o-brasileiro-cuida-e-quanto-gasta-com-seus-pets/>

de aproximadamente R\$ 70 reais e tais estudos afirmam que 30% da população consumidora pagaria pelo serviço. Deste modo, o que falta para o efetivo consumo é o conhecimento do serviço, o mesmo se aplica aos serviços da HyPet, já que há mercado, entretanto não há grandes referências e estudos quanto a legítima decisão do seu consumo.

3.2.3 Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir os produtos ou serviços da empresa

Estudo dos padrões de compra: Processos psicológicos e sociais desempenham papel primordial para decisão de consumo, logo os cinco estágios de decisão de compra são uma das ferramentas mais eficazes na análise.

O Reconhecimento da Necessidade: Especialistas em animais recomendam limpezas diárias, de preferência, com panos e produtos específicos. No entanto, conforme mencionado anteriormente, neste mundo globalizado, as pessoas têm duplas jornadas de trabalho e ainda precisam manter a vida organizada: cuidar da saúde, do círculo social e tirar um tempo para relaxar. Com todas as atividades na agenda fica difícil conciliar o pet, especialmente em questões desagradáveis como a higienização às suas tarefas diárias, logo é uma alternativa interessante para o cliente que alguém execute tais atividades por ele, poupando-lhes do desconforto.

A Busca de Informação: Para resolução de tais problemas muitos donos de bichos de estimação têm recorrido a artifícios tecnológicos para cuidar com maior eficácia e rapidez de tais necessidades dos animais, do mesmo modo, a contratação de empresas de limpeza é uma alternativa, ainda que lhe custe um valor considerável, atenderá parte de suas expectativas.

A Avaliação das Alternativas: Caso o cliente ache os preços de uma diarista caro para execução deste serviço em específico, o que seria em média na região de São Paulo R\$ 100,00 o dia, e assim recorra a produtos alternativos de limpeza, este não mudaria o fato de que terão que dedicar parte de seu tempo livre na execução de tais tarefas, baseado nisto, a HyPet disponibilizará não apenas a tranquilidade quanto a execução de tais serviços, mas comodidade e maior tempo de lazer para os seus clientes.

A Compra: A HyPet oferecerá ao cliente ambas opções, a higienização do pet e os produtos para manter a limpeza do ambiente, com base na análise de valor cobrado pelo concorrente indireto haverá uma redução de 30% em custos. Se o cliente considerar também a oferta de produtos de higiene & beleza para o seu animal, ele usufruirá de vantagens já que não precisará sair de casa para efetuar as compras, ou seja, a intenção de compra do cliente se extinguirá no momento da aquisição dos serviços.

A Experiência Pós-Compra: Como a experiência do cliente com os serviços contratados da HyPet terá impacto nas suas futuras decisões, a empresa disponibilizará canais, como por exemplo: central de atendimento e satisfação e aplicativo, a fim de realizar objeções quanto ao serviço, da mesma forma que, dar sugestões para a melhoria do mesmo.

Disciplina de Valor de Treacy e Wiersema: Por meio do seu modelo a HyPet acredita que para atender as necessidades do cliente será preciso ter custos acessíveis e controle dos processos dos serviços, entretanto a intimidade com o cliente é o seu maior objetivo. Pois, embora a HyPet tenha pacotes padrão o cliente poderá informá-la através do site, aplicativo e telefone quais seriam as suas necessidades específicas, sendo assim, a HyPet poderá realizar alterações a fim de atender e valorizar a sua necessidade. Do mesmo modo, as parcerias realizadas com fornecedores de produtos podem ser consideradas um risco, já que se faz necessário verificar diversos fatores legais e jurídicos do fornecedor a fim de obter tanto a satisfação do cliente quanto da HyPet.

3.3 Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (2004)

3.3.1 Estudo dos concorrentes

As empresas do ramo de facilities ou limpeza doméstica, não possuem necessidade de estar tão bem localizadas, pois muitas vezes, seus funcionários são terceirizados e dirigem-se diariamente aos seus locais de trabalho, eliminando a necessidade de uma sede com localização estratégica.

Nesse mercado, as empresas precisam ter credibilidade com o cliente, prestar um serviço de qualidade, transmitir respeito e passar a segurança esperada, pois são seus colaboradores que garantem a limpeza dos ambientes e que estarão

sempre em contato com o público. Além disso, será preciso ser confiável, pois colocará pessoas desconhecidas pelos moradores (no caso de apartamentos) dentro de suas residências.

Os custos da prestação de serviços são baixos, pois seus principais recursos são capital humano de média a baixa especialização, produtos de limpeza e higiene, acessórios de baixo custo e média durabilidade (algumas semanas ou meses), além de custos logísticos. Essa área de atuação apresenta economias de escala crescente, pois a mão de obra é barata, os custos variáveis e custos fixos são pequenos, sendo um ramo com pouca exigência de ativos imobilizados ou tecnologia especializada.

Diferenciais da HyPet perante a concorrência

- **Conectividade:** serviço poderá ser agendado com antecedência através de um aplicativo disponível para smartphones, ou ainda, pelo site da Companhia ou por telefone;
- **Serviço especializado:** a limpeza técnica realizada pela HyPet possuirá o diferencial de ser especializada na remoção de detritos deixados pelo seu animal de estimação, retirando a areia do animal e substituindo por uma nova, removendo, minuciosamente, pelos e manchas das superfícies da residência (além dos estofados, tapetes e carpetes);
- **Preço acessível:** Preços menores que de uma diarista para que o serviço possa ser contratado com maior frequência, sem que pese no bolso do cliente;
- **Comodidade:** o serviço prestado pela HyPet permitirá ao contratante certa tranquilidade, pois ele só precisará realizar limpezas superficiais, pois a empresa removerá impurezas e outras sujeiras maiores do animal do apartamento, além de fornecer seus próprios materiais de coleta de resíduos e outros produtos de higiene animal, que dispensará os donos dessa obrigação.

3.3.2 Estudo dos fornecedores

Na área de atuação da HyPet, supostamente não existirão problemas quanto à fornecedores. Ela estará em um mercado repleto de opções para suprimento de suas necessidades de matérias primas, produtos de limpeza, acessórios e afins.

Os itens necessários para a prestação de serviços serão de baixo valor agregado, de baixo custo e fáceis de encontrar, podendo ser adquiridos até em pequenas mercearias.

Para a demanda da HyPet, não será necessária uma grande estrutura de aquisição de produtos e materiais para limpeza, dispensando um contrato de fornecimento, que traria riscos e maior poder dos fornecedores sobre a empresa. O baixo índice de vínculos contratuais com fornecedores também diminui ou extingue os custos e trabalho de mudança de fornecedores.

No processo de procura e aquisição com possíveis fornecedores, a HyPet poderá ainda, barganhar o preço dos itens em pauta, quem oferecer as melhores condições e preços à empresa, ganhará o posto de fornecedor naquele momento.

Essa força de Porter em questão, estará em domínio absoluto da HyPet, podendo exigir, assim, qualidade, preços e prazos aos fornecedores dos itens necessários à empresa.

3.3.3 Estudo da barganha dos consumidores

Este ponto no quadro das forças de Porter é importante para a HyPet, que precisará conquistar grande número de clientes, pois quanto menos clientes, maior será o poder de barganha concentrado nas mãos deles com a empresa.

O mercado não possui grandes concorrentes diretos, muitas das limpezas domésticas ocorrem pelos próprios donos das residências e estabelecimentos, ou ainda por prestadores de serviços informais, onde a HyPet se diferencia, com um serviço de qualidade, profissional e especializado na saúde animal.

O cenário que a HyPet atuará estará sob seu controle, partindo do ponto de vista que é superior à concorrência indireta e traz maior confiança e credibilidade para seus serviços de limpeza. O cliente terá pouco ou quase nenhum poder de barganha.

Os canis e hotéis de animais terão certo poder de barganha, tendo em vista que os serviços serão consideravelmente mais caros, eles poderão barganhar o preço do metro quadrado a ser higienizado.

Os termos nos quais os serviços serão prestados também diminuirão o poder do cliente perante a empresa, pois se o serviço estiver inacessível em certo patamar, existirão serviços mais básicos e acessíveis ao cliente, e para que os resultados tenham efeitos por maiores prazos, a empresa comercializará produtos

especiais para manutenção da limpeza dos ambientes. Deste modo, o serviço poderá custar menos aos bolsos dos clientes, e ainda sim, ser eficaz na higienização e desodorização dos ambientes.

3.3.4 Estudo de novos entrantes

A HyPet poderá enfrentar dificuldades quanto a novos entrantes no mercado de atuação relacionado a apartamentos, condomínios e hotéis de animais. Vem se tornando cada vez mais comuns serviços de *facilities* nas empresas e condomínios e o mercado de produtos e serviços para animais de estimação e seus donos está em expansão. Entretanto, no momento não existem empresas que fornecem benefícios além dos tradicionais de uma limpeza doméstica ou de ambientes profissionais.

O mercado de limpeza de ambientes é de baixos custos e fácil ingresso, não existindo grande regulação e barreiras. Entretanto, não existem incentivos fiscais para este tipo de atividade.

Como os serviços não possuem um programa de proteção, nem legislação para registro de patentes, é quase impossível manter-se exclusivo no mercado quando se tem uma grande ideia. Por isso, a HyPet terá que buscar contratos de exclusividade com seus clientes, sejam eles, apartamentos (condomínios), hotéis para animais ou canis.

Outro ponto estratégico para conturbar os possíveis concorrentes nesse mercado, será se tornar a empresa referência nesse tipo de serviço, especializada no trato de ambientes com animais, retirando até as menores sujeiras, odores, manchas e sem prejudicar a saúde dos animais que ali habitam. Sendo a primeira empresa na cabeça de seus clientes, aliados à prática de um preço justo de prestação de serviços, será mais complicado aos novos players da área se adaptar às pequenas margens para conquistar *Market share*.

Um ponto que poderá fortalecer a posição da HyPet perante seus clientes será sua qualidade, diferencial quanto a saúde animal, confiança e credibilidade conquistada junto ao cliente.

3.3.5 Estudo de substitutos

O serviço de limpeza e desodorização de ambientes oferecido pela HyPet entrará em um mercado de serviços de baixo valor agregado, baixos custos e mão de obra barata. Os serviços muitas vezes vêm de trabalhadores informais e quando é profissional, traz pouca inovação e baixo nível de customização aos clientes. No entanto, a HyPet dará treinamentos e todo o suporte necessário para que essa mão de obra se torne cada vez mais especializada e capacitada, com o objetivo de fazer crescer não somente o colaborador, mas a organização com um todo.

A ação da HyPet dentro de estabelecimentos e apartamentos, pode ser substituída pelos próprios proprietários, entretanto muitos desses podem estar atarefados com suas principais atividades do dia a dia, tendo que terceirizar esse serviço. Essa é a hora que a HyPet trará a solução para o problema.

O problema encontrado pela empresa pode ser resolvido por outros agentes, com algumas semelhanças, mas sem o mesmo valor agregado, sem preocupação com a saúde animal e que não foca na desodorização e retirada de profundas sujeiras deixadas pelos animais que habitam os ambientes em questão.

Segue lista abaixo de agentes que possivelmente serão substitutos da empresa:

- Mercado informal de diaristas: uma funcionária autônoma, que auto estipula seu preço e que pode limpar um apartamento por completo;
- Empresas de diaristas: uma empresa especializada em limpeza de ambientes residenciais e com a segurança garantida pela empresa, pois sua credibilidade com o cliente está em jogo;
- Empresas de *facilities*: empresas semelhantes às empresas de diaristas, porém especializadas em ambientes comerciais;
- Empregadas domésticas: empregadas registradas em regime CLT, que possuem atuação fixa em uma única residência e executa todo tipo de serviço dentro dela;
- Lavanderias especializadas em limpeza de tapetes e estofados: assim como a HyPet ofereceria em um de seus combos de serviço, essas empresas são especializadas em limpeza dos sofás e tapetes, entretanto, sem a preocupação com a saúde animal.

Tendo em vista as análises realizadas anteriormente a respeito das cinco forças de Porter, a HyPet adotará ao longo de sua caminhada, alinhada a esse modelo, a estratégia de Foco, adaptando a gama da força de seus produtos a um segmento de mercados estreito e previamente bem definido, o nicho “Pet”, levando em consideração apartamentos que habitem animais de estimação, canis e hotéis para animais. A empresa estará em um mercado menos vulnerável e de pouca ou nenhuma concorrência.

Para atingir o que a estratégia de foco almeja, a HyPet prestará serviços de altíssima qualidade para seu nicho específico, provando que sua atuação é mais conveniente e proveitosa que a de serviços substitutos e mais amplos, devido ao foco no animal de estimação e a percepção da importância da saúde e bem-estar deles para seus donos.

Em suma, a HyPet entrará em um mercado estreito, podendo praticar margens satisfatórias com relação a necessidade do consumidor, desempenhando atividades especializadas e inovadoras aos olhos dos clientes.

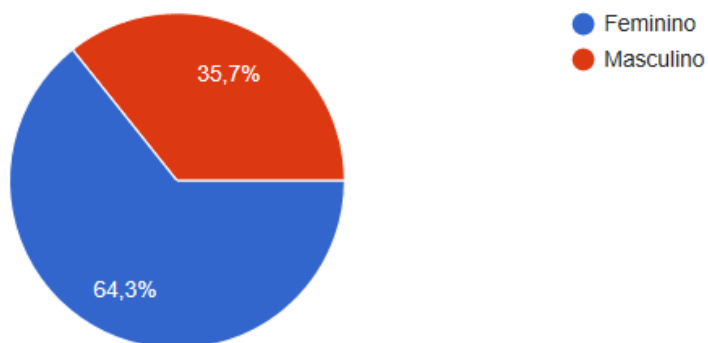
3.4 Pesquisa de Campo

Foi conduzida uma pesquisa exploratória do tipo quantitativa na qual o principal objetivo era avaliar a aceitação do novo conceito de negócio.

A pesquisa foi criada com o auxílio do Google Forms e disponibilizada na internet e redes sociais para que os respondentes pudessem ter acesso. Os dados foram coletados a partir das respostas obtidas e dos relatórios gerados pelo próprio Google. Foi realizada na primeira quinzena de março de 2018 com um total de 70 respondentes. Os resultados da pesquisa serão explorados a seguir a fim de ilustrar que há oportunidade de mercado para a HyPet no cenário brasileiro.

Na pesquisa de campo foi constatado que 64,3% dos respondentes eram do sexo feminino e 35,7% do sexo masculino, como ilustrado no Gráfico 2:

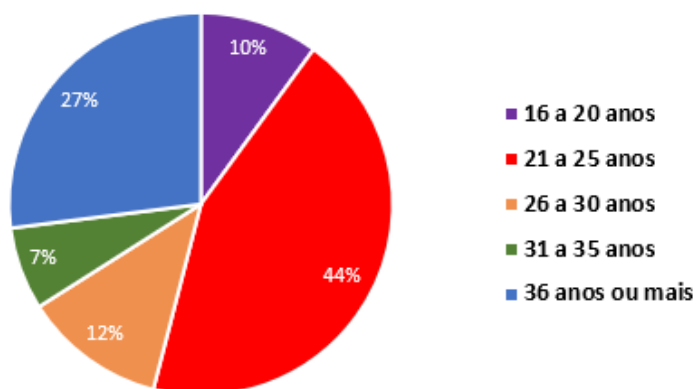
Gráfico 2 - Gênero



Fonte: Os Autores, 2018.

A faixa etária dos respondentes está entre 16 e 60 anos de idade. É possível observar no Gráfico 3 que 44% dos respondentes se concentra na faixa etária de 21 a 25 anos de idade.

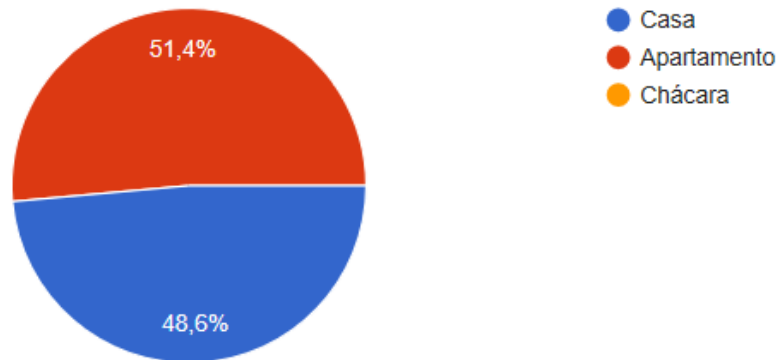
Gráfico 3 - Faixa Etária



Fonte: Os Autores, 2018.

A pesquisa identificou, como ilustrado no Gráfico 4, que 51,4% dos respondentes residem atualmente em apartamentos e 48,6% residem em casas. São dados relevantes, visto que a HyPet visa concentrar boa parte de seus esforços no público que reside em apartamentos.

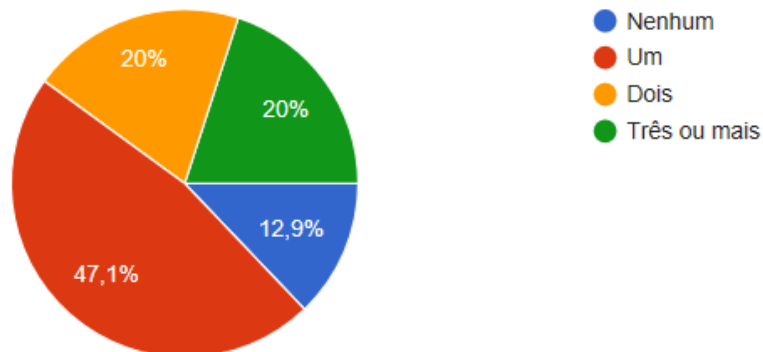
Gráfico 4 - Moradia dos Respondentes



Fonte: Os Autores, 2018.

Com base na pesquisa, foi identificado que aproximadamente 13% dos respondentes não possuem animais de estimação, enquanto que 20% deles possui dois, outros 20% deles possui três ou mais e a maior parte do público respondente possui um animal de estimação, como ilustrado no Gráfico 5:

Gráfico 5 - Quantidade de animais de estimação



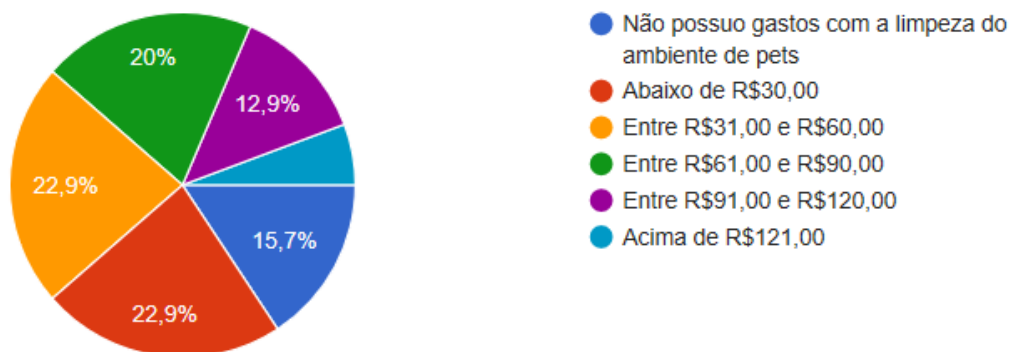
Fonte: Os Autores, 2018.

A partir dos dados coletados com base no gráfico de quantidade de animais de estimação, a pesquisa identificou que os respondentes que não possuem animais, consequentemente fazem parte da parcela que não possui gastos com a limpeza do ambiente (justamente por não possuírem animais em suas casas/apartamentos), portanto eles não fazem ideia de quanto um dono de animal de estimação gasta mensalmente para realizar a higienização do local que seu pet vive.

No Gráfico 5 foi possível observar que aproximadamente 13% dos respondentes não possuem animais em suas residências. Foi tomada a iniciativa de retirar essa parcela de respondentes da nossa pesquisa, visto que não é o foco e

não interessa ao negócio da HyPet. A partir desta análise, o público que possui um animal subiu para 55%, enquanto que quem possui dois ou três ficou na faixa dos 22 e 23%. Agora observe o Gráfico 6:

Gráfico 6 - Faixa mensal de gastos com limpeza



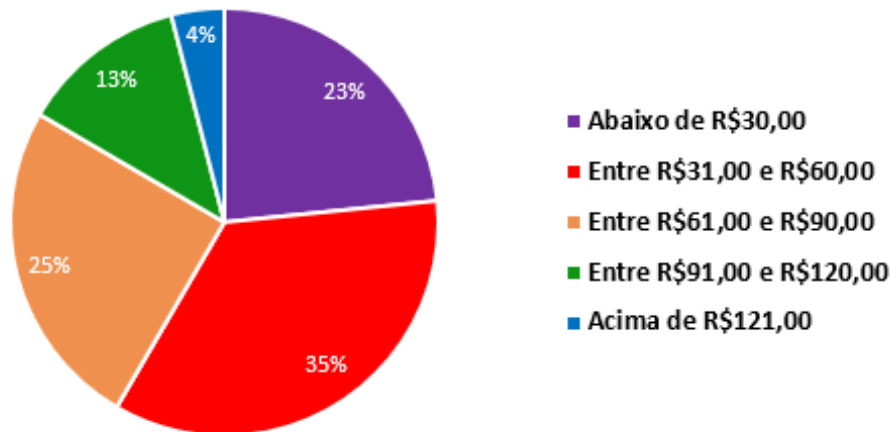
Fonte: Os Autores, 2018.

Com base no Gráfico 6 é possível observar que 15,7% dos respondentes não possui gastos com a limpeza. Sendo assim, conclui-se que essas pessoas não têm animal de estimação ou encontram-se na posição de filhos e/ou dependentes que não precisam se preocupar com os gastos.

Por outro lado, com base nos resultados dos gráficos 5 e 6, foi identificado que os 22,9% dos respondentes que gastam abaixo de R\$30,00 e entre R\$31,00 e R\$60,00, juntamente com os 20% que gastam entre R\$61,00 e R\$90,00 são justamente os que possuem um ou dois animais de estimação, sendo assim, por possuírem menos animais, conseqüentemente tendem a gastar menos com a limpeza. Já os outros 18,6%, divididos entre R\$91,00 e R\$120,00 e acima de R\$121,00, são os respondentes que possuem três ou mais animais e, portanto, tendem a gastar mais para manter o ambiente limpo.

Retomando a análise feita no Gráfico 5, na qual a parcela dos respondentes que não possuem animais de estimação foi retirada, foi aplicada a mesma situação para o Gráfico 6 e obtivemos os seguintes resultados que serão expostos no Gráfico 7:

Gráfico 7 - Faixa mensal de gastos com limpeza (somente respondentes que possuem pets)

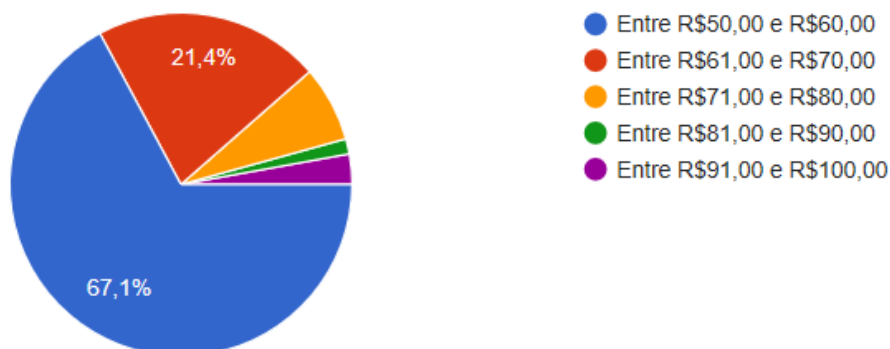


Fonte: Os Autores, 2018.

O Gráfico 7 mostra que as pessoas que possuem animais de estimação geralmente gastam entre R\$31,00 e R\$60,00, no entanto percebe-se que quase toda essa porcentagem faz parte dos 47,1% que possui apenas um pet em casa, como ilustrado no Gráfico 5. Deste modo, pode-se concluir com essa análise que o gasto varia de acordo com a quantidade de animais de estimação presentes em casa, quando você possui mais, você tende a gastar mais. Claro que existem as exceções, com pessoas que possuem apenas um animal e ainda assim gastam acima de R\$ 121,00, mas são poucas.

Com o objetivo de estruturar ainda mais essas análises, a pesquisa identificou que 67,1% dos respondentes acreditam que um valor justo para a limpeza e desodorização *semanal* do ambiente em que o animal de estimação vive está entre R\$50,00 e R\$60,00. Outros 21,4% dos respondentes acreditam que esse valor estaria entre R\$61,00 e R\$70,00 e os 10% restantes se dividem entre os outros valores propostos pela pesquisa, como ilustrado no Gráfico 8:

Gráfico 8 - Valor justo para o serviço de limpeza e desodorização



Fonte: Os Autores, 2018.

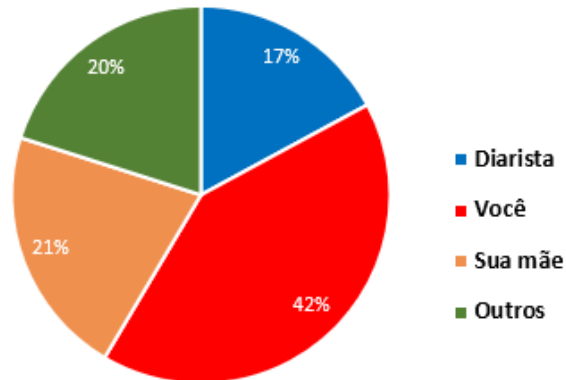
Deste modo, a pesquisa identificou que a concentração de respondentes no valor mais baixo proposto no Gráfico 8 se dá justamente devido aos 47,1% dos respondentes que possuem apenas um animal de estimação, como mostrado no Gráfico 5 e que por conta disso, tendem a gastar menos e optam por um valor mais baixo a ser gasto. Além disso, também é possível observar que o público que não possui animais de estimação também se encontra nesses 67,1%.

Todos os respondentes que optaram por valores acima de R\$71,00 até R\$100,00 fazem parte dos 20% que possuem três ou mais animais de estimação.

Sendo assim, é possível concluir a partir dos dados dos gráficos anteriores que o público geralmente gasta e investe de acordo com a quantidade de animais que possui e que, as pessoas que não possuem animais de estimação geralmente optam pelos valores mais baixos por não saberem os reais gastos existentes com pets.

A pesquisa também identificou que 42% dos respondentes que fazem a higienização do ambiente dos seus pets. 21% disse que as mães são as responsáveis pela higienização e outros 17% disseram que possuem uma diarista para fazer a limpeza. Os outros 20% se dividiram entre os que não possuem pets (portanto não há necessidade de haver um responsável pela limpeza), filhos, esposa ou marido, como mostra o Gráfico 9:

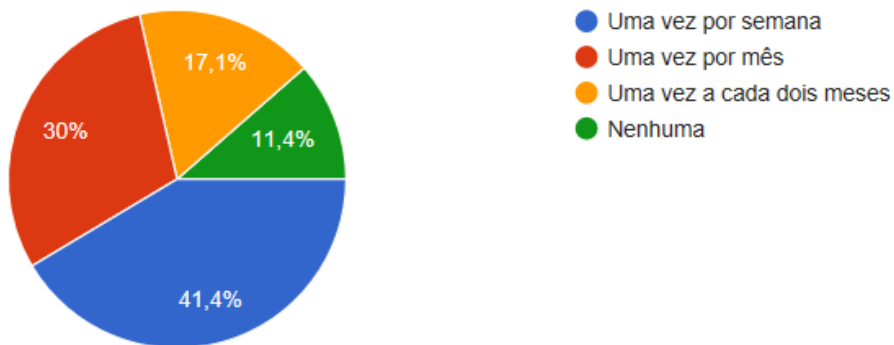
Gráfico 9 - Quem faz a higienização do ambiente



Fonte: Os Autores, 2018.

A pesquisa também identificou que 41,4% dos respondentes gostaria de contratar o serviço de limpeza de resíduos, pelos e desodorização uma vez por semana, 30% gostaria de contratar uma vez por mês e outros 17,1% gostariam de contratar uma vez a cada dois meses. São resultados relevantes, visto que a HyPet pretende oferecer pacotes de serviços semanais, mensais e/ou bimestrais. 11,4% não contrataria o serviço com nenhuma frequência, como ilustrado no Gráfico 10:

Gráfico 10 - Frequência de Contratação

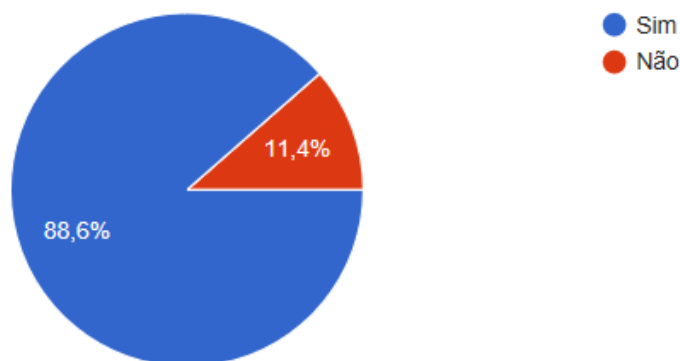


Fonte: Os Autores, 2018.

Como mostrará o Gráfico 11, 88,6% dos respondentes contrataria um serviço de limpeza de resíduos, pelos e desodorização do ambiente em que o pet vive caso houvesse uma empresa especializada para fazê-lo e 11,4% não contrataria. Algo surpreendente para a pesquisa foi que todos os respondentes que não contratariam o serviço possuem pets e ainda assim não estariam interessados em obter um serviço especializado. Analisando mais a fundo, foi identificado que mais da metade desses respondentes que não contratariam o serviço possuem diaristas fazendo a higienização do ambiente em suas residências. O que faz com que a HyPet acredite

ainda mais que diaristas podem vir a ser fortes concorrentes da empresa futuramente.

Gráfico 11 - Contrataria serviço de limpeza especializado?



Fonte: Os Autores, 2018.

Por fim, a pesquisa auxiliou a HyPet em diversas concepções, algumas inclusive já citadas anteriormente com a presença dos gráficos. A HyPet será uma empresa de limpeza de resíduos, pelos e desodorização do ambiente que os pets utilizam, com o objetivo de garantir um ambiente saudável, limpo e desodorizado tanto para o animal quanto para a família visando uma maior qualidade de vida para todos. Com a pesquisa foi identificado que há oportunidade de mercado para a HyPet, visto que a maioria dos problemas que o público entrevistado enfrenta podem ser solucionados pela organização. Veja na Tabela 1 alguns exemplos citados na pesquisa:

Tabela 1 - Problemas com a limpeza

Problemas citados pelos respondentes
Manchas que ficam impregnadas no carpete.
Falta de produtos que eliminem os pelos.
Alta concentração de pelos pela casa, sofás e tapetes.
No condomínio as pessoas não limpam o ambiente.
Manter a limpeza.
Forte cheiro e odor que não sai da casa, dos sofás e carpetes.

Fonte: Os Autores, 2018.

Os problemas acima citados foram todos relatados pelos respondentes da pesquisa, sendo que 72% reclamam dos pelos e do mau cheiro que fica no ambiente utilizado pelos animais, ou seja, a HyPet tem tudo para entrar no mercado que pretende, pois as pessoas precisam solucionar seus problemas, que de acordo com a pesquisa, batem justamente com o que a HyPet se proporá a fazer: acabar com o

mal cheiro da casa com sua desodorização especializada, acabar com os pelos e manchas nos carpetes por meio de uma limpeza de qualidade e eficiente e auxiliar o cliente a manter a limpeza, seja contratando seus serviços, seja fazendo a limpeza por si próprio.

Além de tudo o que fora mencionado, a pesquisa revelou que aproximadamente 53% dos respondentes não contrataria esse tipo de serviço (HyPet) por conta do preço, caso não fosse acessível o suficiente. É pensando nisso que a HyPet se propõe a oferecer serviços de qualidade e ótimo custo x benefício, com variação de pacotes e serviços para que se encaixe no bolso do cliente e esteja de acordo com suas necessidades, sendo elas semanais, mensais e/ou bimestrais. A HyPet acredita que isso é possível principalmente com base nos resultados do Gráfico 8, no qual o valor escolhido como justo para o serviço semanal de limpeza da HyPet combina justamente com o que a empresa já havia pensado antes da pesquisa.

Em suma, nessa pesquisa de mercado, foi notório que a maioria dos respondentes contrataria esse tipo de serviço e que há oportunidade de mercado para a HyPet no cenário brasileiro.

3.5 Delimitação da Estratégia Organizacional

3.5.1 Vantagem Competitiva

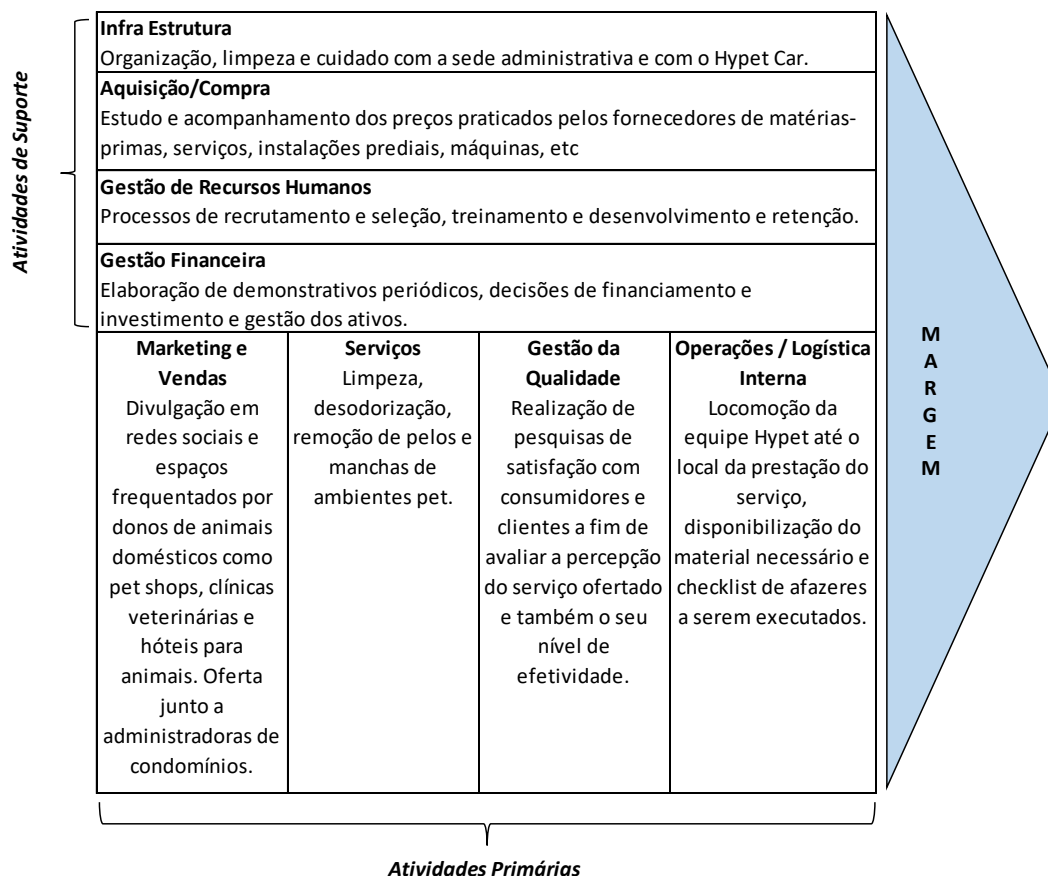
Segundo dados do projeto setorial integrado Pet Brasil²¹, uma parceria entre a ABINPET e a Apex-Brasil, órgão vinculado ao governo federal, a indústria pet brasileira foi responsável por um faturamento de mais de R\$ 18,9 bilhões em 2016, crescimento de 4,9% sobre 2015 e terceiro lugar absoluto no mercado mundial, atrás apenas dos Estados Unidos e Reino Unido.

Situando-se no mercado de produtos e serviços voltados para pets, a organização visará atender uma demanda ainda não explorada no cenário brasileiro adaptando um modelo de negócio já existente em outros países à realidade do consumidor brasileiro.

²¹ <http://www.petbrasil.org.br/mercado-brasileiro>

Com uma proposta inovadora a Hypet agregará valor para os seus clientes por meio da oferta de comodidade, conforto e higiene ao disponibilizar os serviços de limpeza, desodorização, remoção de pelos e manchas ocasionados pela presença de animais de estimação em ambientes domésticos. A Figura 2 explicita a cadeia de valor da Hypet:

Figura 2 - Cadeia de valor HyPet



Fonte: Os Autores, 2018.

Ao analisar a Cadeia de Valor da empresa, foi possível identificar que a Hypet criará valor para os seus clientes por meio da oferta de um serviço único e diferenciado que é o de limpeza e desodorização de ambientes pet e com isso estabelecerá sua vantagem competitiva perante seus concorrentes indiretos e novos entrantes.

3.5.2 Mapa estratégico (Balanced Scorecard)

Utilizando a ferramenta Balanced Scorecard foi possível definir as etapas necessárias para o desenvolvimento do negócio e crescimento sustentado da

organização estando atento às perspectivas financeira, de clientes, de aprendizado e de crescimento e de processos internos, como é demonstrado na Tabela 2:

Tabela 2 - Balanced Scorecard

	PERSPECTIVAS	INDICADORES
Financeira	Aumentar Receitas	Total das receitas do último exercício / Total das receitas do penúltimo exercício
	Redução dos Custos	Total dos custos incorridos do último exercício / Total dos custos do penúltimo exercício
	Aumentar Lucro Líquido	Montante das entradas no fluxo de caixa / Montante das saídas no fluxo de caixa
Cientes	PERSPECTIVAS	INDICADORES
	Aumentar número de cliente	Vendas de pacotes do período / Vendas de pacotes do período anterior
	Aumentar recorrência da prestação de serviços	Pacotes da modalidade diário contratados / Total de pacotes contratados; Pacotes da modalidade semanal contratados / Total de pacotes contratados
	Aumentar nível de satisfação	Média geral da pesquisa de satisfação / Média geral da pesquisa de satisfação do período anterior
Aprendizado e Crescimento	PERSPECTIVAS	INDICADORES
	Diminuir o passivo trabalhista	Honorários advocatícios decorrente de causas trabalhistas ocorridos no exercício / Honorários advocatícios decorrente de causas trabalhistas ocorridos no exercício anterior
	Desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes	Horas de treinamento / funcionário / ano
	Diminuição do Turnover	Índice de satisfação dos colaboradores mensurado por pesquisa de clima
Processos Internos	PERSPECTIVAS	INDICADORES
	Prestação de serviço eficiente	Tempo do atendimento / Tempo-padrão de atendimento
	Minimizar problemas operacionais	Índice de queixas do período / Índice de queixas do período anterior
	Relacionamento com o cliente	Metodologia Hit or Miss aplicado às demandas dos clientes

Fonte: Os Autores, 2018.

A utilização da ferramenta BSC pela HyPet terá por objetivo acompanhar o desempenho organizacional de acordo com o equilíbrio das quatro dimensões visando conseguir identificar oportunidade de melhorias e de concepção de novas estratégias.

3.5.3 Indicadores Chave de Performance (KPIs)

Sendo estabelecidos pela área estratégica da organização e tendo como objetivo mostrar a situação da empresa, os Indicadores Chave que serão utilizados pela HyPet estão relacionados na Tabela 3:

Tabela 3 - Indicadores Chave de Performance

KPIs OPERACIONAIS	
Satisfação	Método NPS (Net Promoter Score) = % Clientes promotores (Nota 9 a 10) - % Clientes derratores (Notas de 0 a 6)
Produtividade	Demanda / Hora-homem disponível
Desistências	% de clientes que cancelaram / Total de clientes
Renovação de Contrato	% clientes que renovaram o contrato / Total de clientes

Fonte: Os Autores, 2018.

3.6 Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica

Dados os crescentes níveis de exigência por parte dos clientes em relação aos produtos e serviços consumidos para que sejam diferenciados, únicos e capazes de atender e/ou superar suas necessidades a HyPet será uma empresa que terá como objetivo oferecer aos seus consumidores serviços com valor agregado através da limpeza de resíduos de animais domésticos e desodorização.

De acordo com as pesquisas e análises realizadas sobre o mercado e os clientes, o serviço que será oferecido pela HyPet tende a crescer nos próximos anos. Tendo em vista que o mercado brasileiro ainda não possui uma empresa especializada nesse tipo de serviço, a entrada da HyPet no mercado apresentará uma nova e especializada solução para um dos problemas recorrentes que os donos de animais enfrentam: a limpeza ineficiente do ambiente em que seus pets vivem, visto que mesmo após a realização da limpeza o odor e os pelos persistem em continuar no local.

Portanto, conclui-se que há oportunidade de mercado para a HyPet e nota-se que com uma estrutura organizada e um bom plano de negócios a empresa terá tudo para se tornar a primeira a aparecer na cabeça do cliente, tornando-se referência no que diz respeito a limpeza de resíduos e pelos de animais de estimação juntamente com o serviço de desodorização especializada.

CAPÍTULO 4 – VIABILIDADE OPERACIONAL

4.1 Plano Operacional

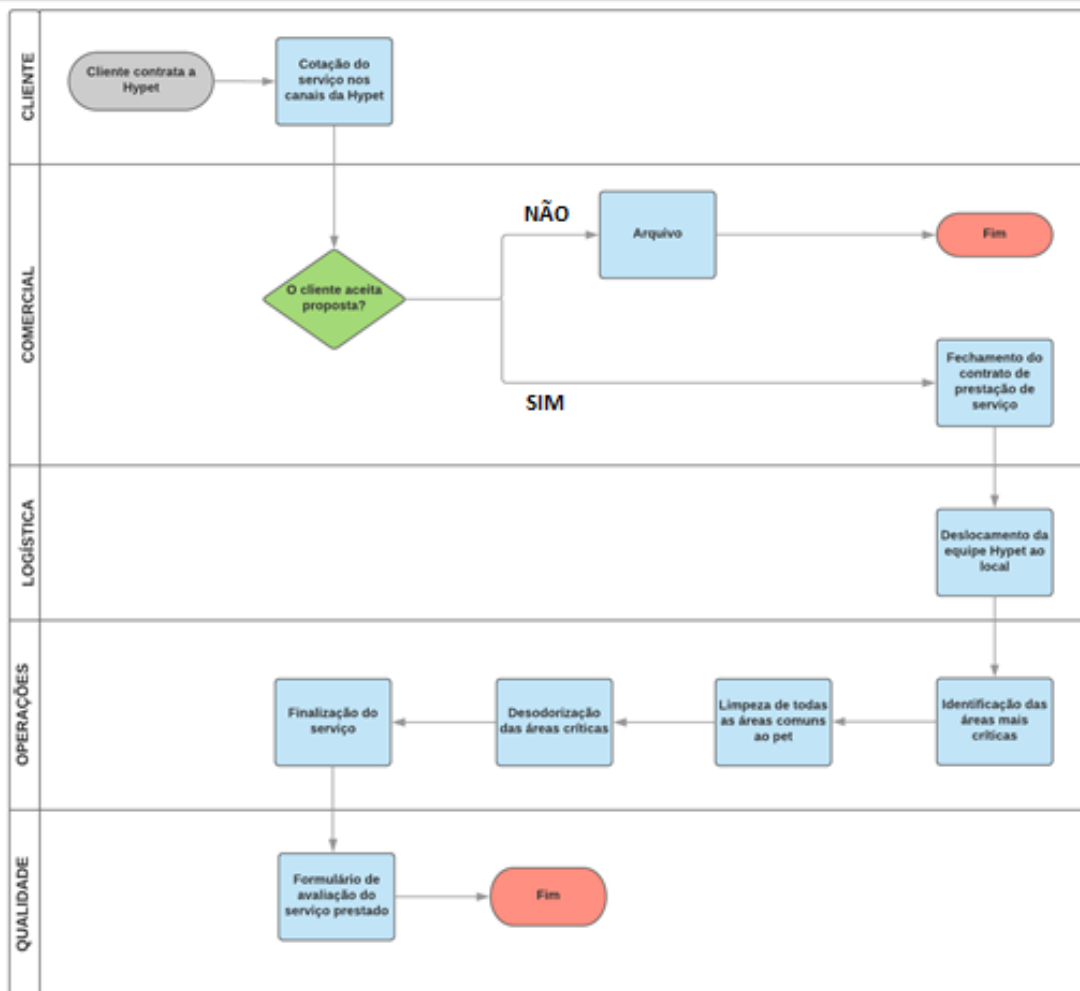
4.1.1 Fluxograma dos processos operacionais

Na Figura 3 é apresentado o fluxograma de processos operacionais da HyPet separados por área organizacional.

Figura 3 - Fluxograma de operações da HyPet

FLUXOGRAMA - OPERAÇÕES HYPET

André Fernandes | Abril 3, 2018



Fonte: Os Autores, 2018.

4.1.2 Layout ou arranjo físico

Devido ao fato do serviço prestado pela HyPet ser essencialmente intangível a disposição física será composta pelo escritório e pelos ambientes de atendimento

ao público-consumidor que serão também as áreas de relacionamento com o cliente para atendimentos diversos e venda de pacotes para não-consumidores.

De acordo com a estrutura física da empresa o ponto A representa as áreas de relacionamento com os consumidores, de venda para não-consumidores e o almoxarifado de produtos a serem consumidos na operação da HyPet; o ponto B representa a sala de reunião principal e também a sala da diretoria executiva; o ponto C representa as áreas comercial, financeira, recursos humanos e de operações; já os pontos D e E representam as áreas de convivência dos colaboradores HyPet que contarão com uma copa e também uma varanda, respectivamente. Além destes, a organização contará com cinco lavabos dispostos na estrutura física nas áreas de relacionamento, diretoria e sala de reunião e, nas áreas comuns, como sintetiza a vista superior da sede administrativa na Figura 4:

Figura 4 - Layout da empresa



Fonte: Os Autores, 2018.

4.1.3 Máquinas e equipamentos necessários para produção

Com o objetivo de identificar as principais máquinas e equipamentos necessários para a execução dos serviços da HyPet, a Tabela 4 relaciona todos os equipamentos necessários dividindo-os em indiretos, diretos e materiais diversos que são aqueles consumidos pela empresa, de modo geral:

Tabela 4 - Máquinas e equipamentos HyPet

MOBÍLIA:		
MATERIAL	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE
Mesas Pequenas (74,5 cm x 163 cm)	Destinado às áreas de relacionamento e sala da diretoria executiva	2
Mesas Grandes (91 cm x 220 cm)	Destinado à sala de reunião e à área de trabalho compartilhada	2
Poltronas	Destinado às áreas de relacionamento, sala da diretoria executiva e área de trabalho compartilhada	23
Prateleiras	Destinado ao almoxarifado	4
INFORMÁTICA E TELEFONIA:		
MATERIAL	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE
Computadores	Destinado às áreas de relacionamento, sala da diretoria executiva e área de trabalho compartilhada	11
Telefones	Destinado às áreas de relacionamento, sala da diretoria executiva e área de trabalho compartilhada	12
Televisores 30 ""	Destinado à sala da diretoria executiva e área de trabalho compartilhado	2
Retroprojektor	Destinado à sala de reunião	1
Mouse Wireless	Destinado à área de trabalho compartilhada	12
Mousepad	Destinado à área de trabalho compartilhada	12
Apoio para pés	Destinado à área de trabalho compartilhada	12
Impressoras	Destinado às áreas de relacionamento, sala da diretoria executiva e área de trabalho compartilhada	3
MATERIAIS DIRETOS PARA UM (1) MÊS:		
MATERIAL	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE
Desodorizador	Eliminador de odores 3x1 porção itronela (2 Litros)	1
Retira manchas	Removedor Mundo Animal de Manchas e Odores Good Pet (500 ml)	1
Saco de lixo	Dog's Care para cães e gatos (500 ml)	1
Pá de coleta	Coleta fezes (1000 sacos)	1
Luva	Pá para lixo c/cabo longo	1
Vassoura	Luva de látex descartável (100 unidades)	2
Rodo	Vassoura	1
Lenço umidecido animal	Rodo convencional	1
Panos de chão	Lenço para caes e gatos (75 unidades)	1
Removedor de pelos (animal)	Pano (10 unidades)	1
Removedor de pelos ambiente	Tira pelos giratório	1
MATERIAIS E SERVIÇOS DIVERSOS:		
MATERIAL	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE
Material de escritório em geral	Materiais a serem consumidos nas atividades administrativas e de prospecção	1
Material de limpeza em geral	Materiais a serem consumidos na manutenção do espaço físico da sede administrativa	1
Aluguel	Serviços de concessão do espaço utilizado	1
Água	Serviços de Infraestrutura	1
Energia elétrica	Serviços de Infraestrutura	1
Telefone e Internet (pacote empresarial)	Serviços de Infraestrutura	1
Comunicação e-commerce	Serviços de Marketing e Prospecção	1
VEÍCULOS:		
MATERIAL	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE
Automóvel Utilitário (Hypet Car)	Veículo que será utilizado no deslocamento da equipe Hypet	1

Fonte: Os Autores, 2018.

4.1.4 Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços

Com base nas pesquisas realizadas com o público-alvo da Hypet e no cálculo da capacidade da demanda foi estimado que inicialmente a equipe de atendimento será composta por quatro funcionários que ficarão responsáveis pela execução dos serviços de limpeza especializada e desodorização de ambientes e com base nisso é estabelecido o cálculo de capacidade da demanda exemplificado na Tabela 5:

Tabela 5 - *Projeção da capacidade da prestação de serviços*

Projeção capacidade da prestação de serviços	
Número de Funcionários	4
Horas-homem disponíveis	32 horas
Horas-homem úteis	28 horas
Tempo médio de atendimento	20 minutos
Capacidade diária máxima	84 atendimentos

Fonte: Os Autores, 2018.

4.1.5 Principais fornecedores

Tendo em vista a importância dos fornecedores e parceiros para a consecução dos objetivos organizacionais, na necessidade de contratar uma empresa fornecedora de bens ou serviços pela HyPet será realizada uma cotação com no mínimo cinco possíveis fornecedores com o objetivo de identificar e pontuar aqueles com melhores condições de qualidade, prazo de entrega e formas de pagamentos com a finalidade de manter a operação sustentável e manter o padrão de qualidade dos serviços HyPet.

A relação dos principais fornecedores parceiros da HyPet está contida na Tabela 6 juntamente com informação de quantidade, preços totais e sua respectiva especificação:

Tabela 6 - *Materiais e Fornecedores*

MOBÍLIA:	
MATERIAL	FORNECEDOR
Mesas Pequenas (74,5 cm x 163 cm)	Tecno Mobili
Mesas Grandes (91 cm x 220 cm)	Kappesberg
Poltronas	Design Chair
Prateleiras	Mobly
INFORMÁTICA E TELEFONIA:	
MATERIAL	FORNECEDOR
Notebooks	Shoptime
Telefones	Shoptime
Televisores 30 ""	Balão da Informática
Retroprojektor	Shoptime
Mouse Wireless	Kabum
Mousepad	Shoptime
Apoio para pés	Americanas
Impressoras	Shoptime

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 7 - Materiais e Fornecedores

MATERIAIS DIRETOS PARA UM (1) MÊS:	
MATERIAL	FORNECEDOR
Desodorizador	Petlove
Retira manchas	Petlove
Saco de lixo	Petlove
Pá de coleta	Mercado Livre
Luva	Kalunga
Vassoura	Mercado Livre
Rodo	Mercado Livre
Lenço umidecido animal	Petlove
Panos de chão	Petlove
Removedor de pelos (animal)	Petlove
Removedor de pelos ambiente	Petlove
MATERIAIS E SERVIÇOS DIVERSOS:	
MATERIAL	FORNECEDOR
Material de escritório em geral	Kalunga
Material de limpeza em geral	Martec Clear
Aluguel	Imobiliária
Água	SABESP
Energia elétrica	AES Eletropaulo
Telefone e Internet (pacote empresarial)	Vivo
Comunicação e-commerce	Gráficas e Editoras
VEÍCULOS:	
MATERIAL	FORNECEDOR
Automóvel Utilitário (Hypet Car)	Webmotors

Fonte: Os Autores, 2018.

4.1.6 Plano logístico e de distribuição

O plano de logística e distribuição do serviço consistirá na definição da rota a ser percorrida pelo HyPet Car pela equipe de apoio à operação visando percorrer o caminho mais curto e menos dispendioso de modo a atender todos os solicitantes do serviço nas condições de tempo, frequência e qualidade exigidos pelos clientes.

4.1.7 Política de Qualidade

Devido à dimensão de intangibilidade de toda prestação de serviço a política de qualidade da empresa será baseada no acompanhamento e na análise constante

da pesquisa de satisfação realizada junto aos clientes ao final de cada atendimento com o objetivo de definir pontos de melhoria e observar os pontos fortes do serviço para melhor compreensão do mercado e reforçar as barreiras à novos entrantes.

Além disso, os dados levantados na pesquisa de satisfação servirão como base para cálculo e acompanhamentos do Balanced Scorecard na dimensão de clientes, ferramenta importante para o acompanhamento da estratégia organizacional.

4.2 Estimativa de Gastos

O capital utilizado será destinado a mobiliar a sede da HyPet, com móveis para salas de reunião, salas de espera, baias de trabalho e de convívio da empresa.

Tabela 8 - Gastos com mobília

MÓVEIS	TOTAL
Mesas pequenas	R\$ 413,40
Mesas grandes	R\$ 1.203,00
Poltronas	R\$ 3.795,00
Prateleiras	R\$ 497,76
TOTAL	R\$ 5.909,16

Fonte: Os Autores, 2018.

Para gestão e funcionamento da empresa, serão gastos R\$ 21.202,71 para compra de Notebook's, retroprojeto, telefones, entre outros equipamentos úteis ao dia a dia da HyPet. É possível ver a divisão dos custos com informática e telefonia na Tabela 9:

Tabela 9 - Gastos com informática e telefonia

INFORMATICA E TELEFONIA	TOTAL
Notebooks	R\$ 9.196,77
Telefones	R\$ 719,88
Mouse wireless	R\$ 111,92
Televisores	R\$ 2898,00
Mousepad	R\$ 47,92
Apoio para os pés	R\$ 276,00
Televisores 30"	R\$ 2.898,00
Retroprojeto	R\$ 142,99
Impressora profissional	R\$ 3.597,00
TOTAL	R\$ 16.990,48

Fonte: Os Autores, 2018.

Os gastos ilustrados na Tabela 10 serão destinados a compra de materiais para limpeza do escritório, projetados para o período de um ano:

Tabela 10 - Gastos com material de limpeza do escritório Hypet

MATERIAL DE LIMPEZA	QTDE	VALOR	TOTAL ANUAL
Saco de Lixo (30 Litros)	12	R\$ 12,16	R\$ 145,92
Pá de coleta	4	R\$ 6,50	R\$ 26,00
Luva	12	R\$ 24,95	R\$ 299,40
Vassoura	6	R\$ 6,66	R\$ 39,96
Rodo	6	R\$ 6,76	R\$ 40,56
Panos de chão	60	R\$ 2,35	R\$ 141,00
Água sanitária	24	R\$ 11,99	R\$ 287,76
Desinfetante	24	R\$ 7,79	R\$ 186,96
Balde plástico	24	R\$ 4,42	R\$ 106,08
TOTAL	-	R\$ 83,58	R\$ 1.273,64

Fonte: Os Autores, 2018.

Para uso no dia a dia e suporte das atividades de gestão e controle, serão adquiridos materiais de escritório, conforme gastos na Tabela 11:

Tabela 11 - Gastos com material de escritório

MATERIAL DE ESCRITÓRIO	QTDE	VALOR	TOTAL ANUAL
Folhas A4 (500 folhas - 10 pcts)	6	R\$ 198,00	R\$ 1.188,00
Caixa de canetas (50 unidades)	6	R\$ 25,50	R\$ 153,00
Caixa de lápis (12 unidades)	6	R\$ 10,15	R\$ 60,90
Caneta marca texto	16	R\$ 1,20	R\$ 19,20
Grampeadores	8	R\$ 10,75	R\$ 86,00
Clip's	50	R\$ 2,49	R\$ 124,50
Borracha	32	R\$ 3,69	R\$ 118,08
Apontador	32	R\$ 0,99	R\$ 31,68
Tesouras	8	R\$ 5,99	R\$ 47,92
Organizador de papel	8	R\$ 48,90	R\$ 391,20
TOTAL	-	R\$ 307,66	R\$ 2.220,48

Fonte: Os Autores, 2018.

Os custos referentes a prestação de serviços e compra de materiais para o uso durante a atividade podem ser constatados na Tabela 12:

Tabela 12 - Gastos com produtos para prestação de serviços

CUSTOS DOS PRODUTOS	TOTAL
Para 2 condomínios - em média 34 apartamentos	Custos
Sacos de lixo	R\$ 2,39
Desodorizador	R\$ 4,73
Pano de chão	R\$ 0,43
Pá de coleta	R\$ 0,12
Luvas	R\$ 0,32
Rodo	R\$ 0,14
Removedor de pelos (animal)	R\$ 0,40
Removedor de pelos (ambiente)	R\$ 0,30
Lenço umedecido animal	R\$ 4,08
TOTAL POR APTO	R\$ 12,94
CUSTO POR 34 APTOS	R\$ 440,08
TOTAL POR MÊS	R\$ 10.561,81
TOTAL POR ANO	R\$ 126.741,66

Fonte: Os Autores, 2018.

A empresa terá gastos mensais, independente de ocorrer a prestação de serviços. Esses gastos recorrentes correspondem a aluguel, contas de fornecimento de água e energia elétrica, além de telefone e internet:

Tabela 13 - Gastos Fixos

GASTOS FIXOS	MÊS	MESES	TOTAL
Aluguel	R\$ 2.000,00	12	R\$ 24.000,00
Água	R\$ 80,00	12	R\$ 960,00
Energia elétrica	R\$ 200,00	12	R\$ 2.400,00
Telefone e Internet	R\$ 200,00	12	R\$ 2.400,00
TOTAL	R\$ 2.480,00	-	R\$ 29.760,00

Fonte: Os Autores, 2018.

Considerando a necessidade de locomoção de seus funcionários responsáveis pela limpeza dos ambientes, a HyPet absorverá os gastos na Tabela 14 referentes a utilização do veículo da empresa:

Tabela 14 - Gastos com logística

CUSTOS LOGISTICOS	VALOR	QTDE	TOTAL
Veículo	R\$ 56.000,00	1	R\$ 56.000,00
Depreciação	R\$ 933,00	12	R\$ 11.196,00
Seguro veicular	R\$ 2.000,00	1	R\$ 2.000,00
Combustível - mês	R\$ 500,00	12	R\$ 6.000,00
TOTAL	R\$ 59.433,00		R\$ 75.196,00

Fonte: Os Autores, 2018.

O plano operacional para o primeiro ano de atividade da empresa demandará R\$250 mil reais, como é possível observar na Tabela 15:

Tabela 15 - Gastos totais

GASTOS TOTAIS	
Material de limpeza	R\$ 1.273,64
Material de escritório	R\$ 2.220,48
Informática e telefonia	R\$ 16.990,48
Móveis de escritório	R\$ 5.909,16
Custos logísticos	R\$ 75.196,00
Custos dos produtos	R\$ 118.768,89
Gastos fixos	R\$ 29.790,00
TOTAL	R\$ 250.148,65

Fonte: Os Autores, 2018.

4.3 Análise e diagnóstico da viabilidade operacional

De acordo com pontos abordados nesse capítulo acerca do plano operacional pode-se concluir que as operações da HyPet apresentam viabilidade, pois demonstram que a operação a ser desenvolvida por esta foram estabelecidas de modo a sempre fornecer para o cliente final maior comodidade, segurança e praticidade sem se esquecer da visão sustentada de modo a criar valor em cada microprocesso para seus stakeholders.

CAPÍTULO 5 – VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

5.1 Plano de Marketing

A HyPet realizou um estudo baseado nos quatro pilares da estratégia de marketing: preço, produto, praça e promoção.

5.1.1 Produtos e serviços

O foco da HyPet será a prestação de serviços para apartamentos e empresas privadas por meio da oferta de dois tipos de pacotes, propensos a ajustes a fim de atender as necessidades de seus clientes. Um benefício adicional oferecido pela empresa é a desodorização e limpeza de manchas, neste os profissionais identificarão por meio de um equipamento específico os locais onde o animal fez as suas necessidades, permitindo a empresa a eliminação e remoção dos odores. O cliente pode optar em realizar tal atividade, entretanto dependendo do produto que for utilizado poderá acarretar em problemas respiratórios, tanto para ele quanto para seu animal, logo a contratação de uma empresa especializada satisfará a sua necessidade com a utilização de produtos que não proporcionem tais riscos.

Na Tabela 16 encontram-se os pacotes: apartamento e empresarial, sob a ótica da cobertura de serviços que a empresa realizará.

Tabela 16 - Pacotes HyPet

Pacotes HyPet	
Pessoa física	Pessoa jurídica
Limpeza de resíduo animal	Limpeza de resíduo animal
Limpeza de tigelas e quartos traseiros do animal	Limpeza de tigelas e casinha
Reposição de ração	Reposição de ração
Desodorização básica do ambiente	Desodorização e limpeza do ambiente

Fonte: Os Autores, 2018.

A HyPet também oferecerá os produtos (kits) de seus parceiros com a finalidade de entregar uma melhor experiência ao cliente. A empresa se beneficiará com a oferta de kits de higiene & limpeza por que haverá grandes possibilidades de alavancagem de receita, visto que a venda do um bem tangível totaliza 75,5% do mercado pet, ou seja, o poder da venda direta, conforme a Associação Brasileira de

Empresas de Vendas Direta (ABEVD)²², será uma ferramenta importante para o engajamento social do cliente para com a HyPet. Na Tabela 17 serão apresentados os pacotes dos kits montados pela HyPet:

Tabela 17 - Kits de Higiene & Limpeza

Kits de Higiene & Limpeza					
Básico	Valores	Intermediário	Valor	Completo	Valor
Comedouro de plástico	R\$ 4,90	Comedouro de inox	R\$ 12,90	Comedouro de inox	R\$ 12,90
Ração 1 kg (por idade do animal)	R\$ 20,00	Tapete higiênico (14 unidades)	R\$ 28,90	Suplemento vitamínico	R\$ 52,90
Tapete higiênico (7 unidades)	R\$ 11,90	Alicate de unha	R\$ 19,90	Tapete higiênico (14 unidades)	R\$ 28,90
Total com 5% de desconto	R\$ 34,90	Ração 3 kgs (por idade do animal)	R\$ 52,00	Escova e alicate	R\$ 27,00
		Eliminador de odores (500 ml)	R\$ 12,90	Aromatizante ambiente	R\$ 12,90
		Total com 10% de desconto	R\$ 113,90	Eliminador de odores (500 ml)	R\$ 12,90
				Total com 15% de desconto	R\$ 125,40

Fonte: Os Autores, 2018.

A vantagem da venda de *kits* de higiene & beleza para o fornecedor é que o mesmo não precisará preocupar-se com o embute de custos adicionais ao produto, como: vendedores, estoque e aluguel, o que acarretará na baixa do preço, tornando-o mais atrativo para os clientes.

Uma pesquisa realizada pela Universidade da Califórnia aponta que 59% dos donos de animais deixam eles dormirem na cama ou sofá²³, ou seja, há uma chance enorme de transferência de doenças graves através dos pelos como verminoses ou doenças bactericidas que podem danificar o rim e o fígado, por esta razão, é importante manter o ambiente higienizado.

5.1.2 Matriz BCG

Baseado na metodologia de análise da Figura 5, segue a análise da participação da HyPet no mercado e suas possibilidades de crescimento.

²² <http://www.abevd.org.br/noticias-publicacoes/o-poder-da-venda-direta/>

²³ <http://www.maisequilibrio.com.br/saude/dormir-com-caes-e-gatos-pode-causar-problemas-de-saude-5-1-4-406.html>

Figura 5 - Matriz BCG

BCG		PARTICIPAÇÃO RELATIVA DE MERCADO	
		ALTA	BAIXA
CRESCIMENTO DO MERCADO	ALTO	Estrela 	Interrogação 
	BAIXO	Vaca leiteira 	Abacaxi 

Fonte: Adaptado de Blogspot de planejamento de estratégias.

O ramo de negócio da Hypet é inexistente no mercado brasileiro, do mesmo modo a empresa que oferece serviço semelhante no exterior também não atua há muito tempo neste mercado, a sua participação é pequena e não possui concorrentes, logo a categoria que a Hypet se encaixa é a “em questionamento” da matriz.

Alguns investimentos se fazem necessários para que o serviço de “em questionamento” se transforme em um serviço “vaca leiteira”, tornando-se um líder na higienização do ambiente e desodorização animal no país. Existem métodos que são adotados a fim de analisar a viabilidade do negócio, o primeiro já foi realizado pela empresa: a pesquisa de campo com base nas tendências de mercado, da qual obteve resultados significativos quanto a exploração do ramo atuante, pois aproximadamente 88,6% dos respondentes contratariam um serviço de limpeza de resíduos, pelos e desodorização do ambiente. O segundo ponto importante é a boa administração financeira, a Hypet precisará entender quais são os principais fatores financeiros que impactarão no desenvolvimento da empresa, tais quais: empréstimos, fluxo de caixa, prazos médios de títulos a receber e pagar, capital de giro e reserva de inovação futura do negócio.

5.1.3 MVP

O objetivo do MVP é evitar grandes investimentos em serviços que o retorno de mercado seja totalmente incerto. Com base neste estudo a HyPet desenvolverá uma *landing page* a fim de analisar a aceitabilidade do público quanto ao propósito principal da organização, ligando-se, essencialmente, aos conceitos de *lean startup*

de Eric Ries²⁴. Por tratar-se de uma empresa de serviços será desenvolvido um teste primário de construção a fim de alcançar *leads* de grande potencial para a organização. O cliente terá acesso à *page* tanto voltada a pessoa física quanto a pessoa jurídica, composta pelas descrições básicas de seus pacotes, principalmente semanais, a fim de escolher o que mais se encaixa em sua necessidade. O teste será constituído por um formulário onde o cliente concederá à empresa as seguintes informações: nome, telefone e campo de descrição de interesses. Após o envio do formulário preenchido a HyPet analisará as particularidades de cada cliente e posteriormente entrará em contato com o mesmo a fim de ofertá-lo o pacote de serviços ideal.

Na intenção de afixar a ideia de credibilidade na mente do consumidor, no menu inicial da *landing page* será disponibilizado um Guia de saúde animal gratuito com o propósito de alertá-lo sobre a importância da administração de higiene do ambiente que o animal circula, assim como informá-lo sobre as maneiras mais eficazes de gerir a higiene do próprio pet. Depois de atingir a meta inicial de construção, a medição será o próximo passo a ser considerado. O retorno é fundamental para o aprendizado, por isso a HyPet utilizará de um KPI de qualidade interno, no qual será mensurado o grau de aceitação através dos dados coletados pelo público, a partir do momento que as respostas começarem a ficar parecidas, os responsáveis por gestão do KPI entrarão em ação. A proposta do indicador será fornecer informações para a empresa quanto aos ajustes necessários dos pacotes que serão oferecidos ao mercado e para estabelecer novas metas de melhoria. A última e terceira etapa será o aprendizado, nesta etapa a HyPet decidirá se deve ou não continuar com o negócio.

O método de Ishikawa²⁵ é o mais utilizado no mercado, podendo ser considerado um método eficiente de análise. Nesta terceira etapa a equipe responsável analisará os maiores problemas encontrados e fará um *brainstorming* a fim de solucionar os problemas operacionais encontrados, enumerando os problemas de acordo com a sua gravidade ou importância. As figuras a seguir foram retiradas da *landing page* HyPet²⁶, a fim da realização dos testes:

²⁴ s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/.../a-startup-enxuta-eric-ries-livro-completo.pdf

²⁵ <https://blog.contaazul.com/diagrama-de-ishikawa>

²⁶ www.imxprs.com/free/pammend/2003-1835

Figura 6 - Dados dos Pacotes



Serviços

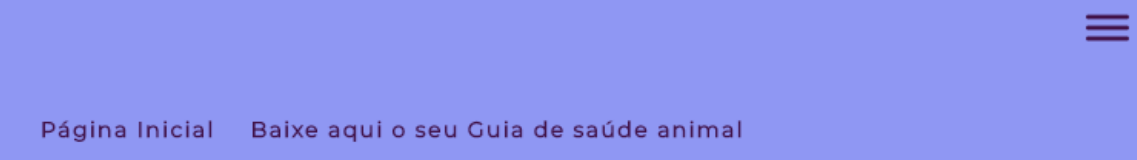
Nós somos prestadoras de serviço de desodorização e limpeza de resíduos animal com baixo valor agregado. Temos parceiras com as maiores empresas do ramo pet com a finalidade de fornecer um serviço de qualidade e colocar a disposição do cliente os produtos para conservação da limpeza executada

Pacote para Condomínios

Pacote para Canil e Hotel de animais

Fonte: Os Autores, 2018.

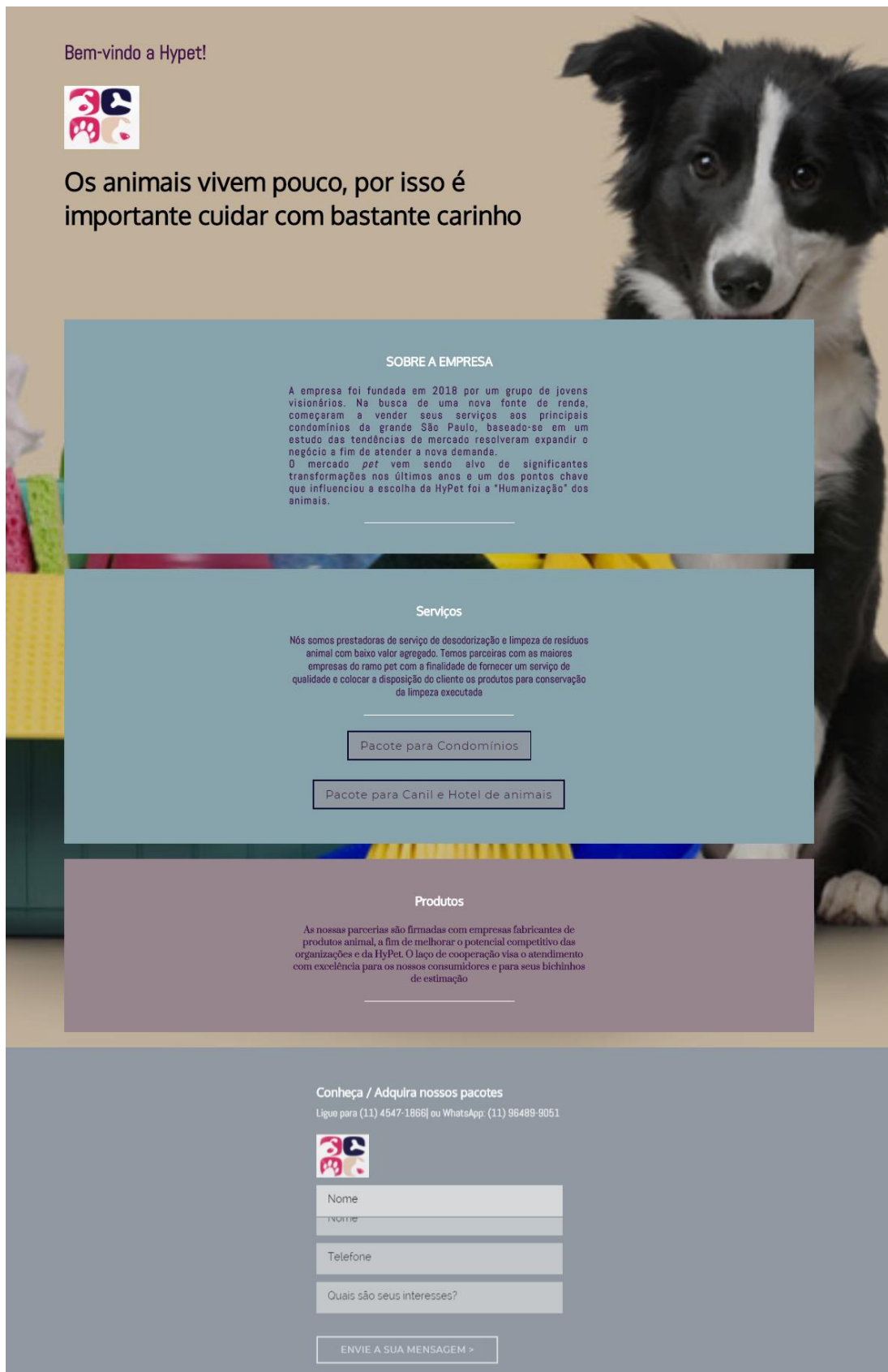
Figura 7 - Inbound Marketing - Guia de saúde animal




Página Inicial [Baixe aqui o seu Guia de saúde animal](#)

Fonte: Os Autores, 2018.

Figura 8 - Visão geral da landing page



Bem-vindo a Hypet!



Os animais vivem pouco, por isso é importante cuidar com bastante carinho

SOBRE A EMPRESA

A empresa foi fundada em 2018 por um grupo de jovens visionários. Na busca de uma nova fonte de renda, começaram a vender seus serviços aos principais condomínios da grande São Paulo, baseado-se em um estudo das tendências de mercado resolveram expandir o negócio a fim de atender a nova demanda. O mercado *pet* vem sendo alvo de significantes transformações nos últimos anos e um dos pontos chave que influenciou a escolha da HyPet foi a "Humanização" dos animais.

Serviços

Nós somos prestadoras de serviço de desodorização e limpeza de resíduos animal com baixo valor agregado. Temos parcerias com as maiores empresas do ramo pet com a finalidade de fornecer um serviço de qualidade e colocar a disposição do cliente os produtos para conservação de limpeza executada

Pacote para Condomínios


Pacote para Canil e Hotel de animais

Produtos

As nossas parcerias são firmadas com empresas fabricantes de produtos animal, a fim de melhorar o potencial competitivo das organizações e da HyPet. O laço de cooperação visa o atendimento com excelência para os nossos consumidores e para seus bichinhos de estimação

Conheça / Adquira nossos pacotes

Ligue para (11) 4547-1866 ou WhatsApp: (11) 96489-9051



Nome
nome

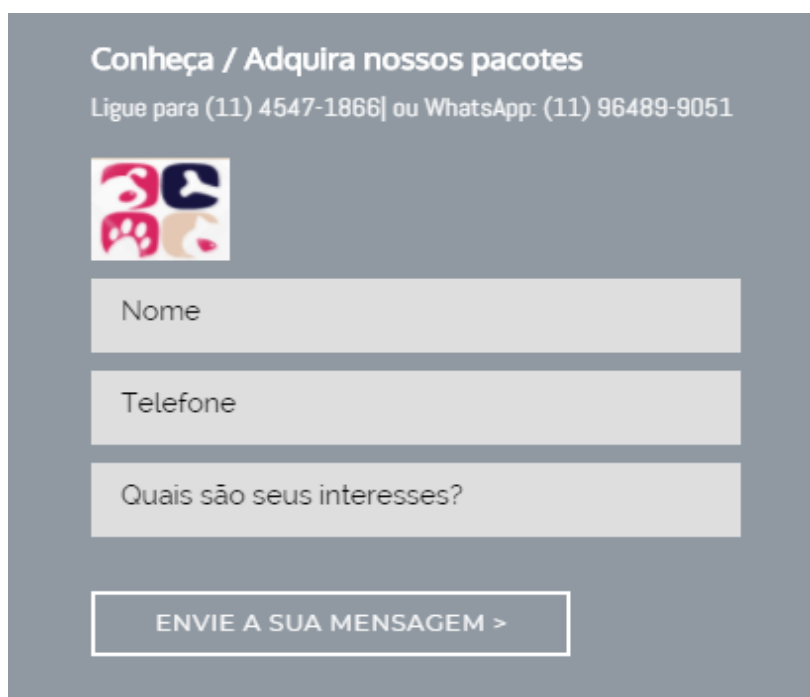
Telefone

Quais são seus interesses?


ENVIE A SUA MENSAGEM >

Fonte: Os Autores, 2018.

Figura 9 - Formulário de Teste



Conheça / Adquira nossos pacotes
Ligue para (11) 4547-1866| ou WhatsApp: (11) 96489-9051



Nome

Telefone

Quais são seus interesses?

ENVIE A SUA MENSAGEM >

Fonte: Os Autores, 2018.

A HyPet colocará seu MVP em prática para testar a viabilidade do negócio a partir do segundo semestre de 2018.

5.1.4 Preço

Para fins de determinação de preço, foram calculados os custos que a empresa terá em sua prestação de serviços para condomínios (pessoas físicas) presente na Tabela 18 e de pessoas jurídicas, tais quais canis e hotéis de animais, presente na Tabela 19.

Tabela 18 - Custos para pessoa física

Produtos utilizados -1 condomínios (34 apartamentos)			
Itens	Investimento	Custo por unidade	Custos para 34 aptos
Desodorizador	R\$ 13,90	R\$ 0,14	R\$ 4,73
Saco de lixo	R\$ 210,90	R\$ 0,07	R\$ 2,39
Pá de coleta	R\$ 10,90	R\$ 0,12	R\$ 0,12
Luva	R\$ 32,00	R\$ 0,0094	R\$ 0,32
Rodo	R\$ 12,30	R\$ 0,14	R\$ 0,14
Lenço umidecido animal	R\$ 8,99	R\$ 0,12	R\$ 4,08
Panos de chão	R\$ 15,00	R\$ 0,0125	R\$ 0,43
Removedor de pelos animal	R\$ 11,99	R\$ 0,40	R\$ 0,40
Removedor de pelos ambiente	R 8,99	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Lanterna Luz Negra	R\$ 35,90	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Total (unidade)		R\$ 1,36	R\$ 12,94
Total (dia)		R\$ 46,17	R\$ 440,08
Total (mês)		R\$ 1.107,97	R\$ 10.561,81

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 19 - Custos para canil e/ou hotel

Produtos utilizados - 4 Canil e/ou Hotel			
Itens	Investimento	Custo por unidade	Custo por 4 canis e/ou hotel
Desodorizador	R\$ 13,90	R\$ 6,95	R\$ 27,80
Saco de lixo	R\$ 210,90	R\$ 1,05	R\$ 4,22
Pá de coleta	R\$ 10,90	R\$ 0,12	R\$ 0,24
Luva	R\$ 32,00	R\$ 0,16	R\$ 0,64
Vassoura	R\$ 10,90	R\$ 0,12	R\$ 0,24
Rodo	R\$ 12,30	R\$ 0,14	R\$ 0,27
Sabão Neutro	R\$ 19,04	R\$ 1,90	R\$ 7,62
Lavadora e extrators	R\$ 1.700,00	R\$ 1,57	R\$ 6,30
Panos de chão	R\$ 15,00	R\$ 6,00	R\$ 24,00
Removedor de pelos ambiente	R\$ 8,99	R\$ 0,15	R\$ 0,60
Total (unidade)		R\$ 18,17	R\$ 71,93
Total (dia)		R\$ 90,86	R\$ 287,71
Total (mês)		R\$ 2.180,56	R\$ 6.905,03

Fonte: Os Autores, 2018.

A Tabela 20 explicitará todos os custos utilizados para cálculo do *markup divisor* do pacote direcionado a pessoa física, do mesmo modo, na tabela 21 será explicitado o cálculo de *mark up* para canil/hotel. Com base nas tabelas mencionadas foi considerado para o cálculo de custos, o custo de 34 apartamentos e 4 canis e/ou hotéis por dia presentes nas tabelas 20 e 21, respectivamente, mais o valor da mão-de-obra direta (pago por hora) de dois funcionários para cada uma delas. Na linha de despesas fixas presente nas tabelas 20 e 21 foi considerada a soma de todas as despesas mensais (aluguel, água, energia, telefone, entre outros) dividido pela receita estimada mensal da HyPet. Quanto às despesas variáveis, foi

considerado o imposto sobre as vendas com base no simples nacional mais uma comissão de vendas de 2,5% anual. Na linha de alíquota do imposto foi considerada a receita anual auferida de aproximadamente R\$ 800.000.000,00, enquadrado na tabela do Simples Nacional, sendo assim, a porcentagem de lucro pretendido foi ajustada o mais próximo do valor pretendido pelo cliente de R\$ 60,00, ficando assim R\$ 59,40 para pessoa física e R\$ 120,00 para pessoa jurídica (área de 70 m²) conforme resultados nas tabelas 20 e 21.

Tabela 20 - Custos e cálculos do preço de vendas

Cálculo do mark up divisor (34 Apartamentos de 70 m²)	
Custos	R\$ 12,94
Mão de obra paga por hora (2 funcionários)	R\$ 9,96
Custo total	R\$ 22,90
Despesas fixas (Despesas/Receita * 100)	4,87%
Despesas variáveis (Imp.sobre vendas + Comissão)	14,00%
Impostos	7,89%
Lucro	34,00%
CT total	60,76%
MKD (100%-CT)/100	39,24%
PV (PC/MKD)	R\$ 58,37
Preço arredondado do serviço	R\$ 59,40

Fonte: Os Autores, 2018.

Na tabela 21 foi considerado para o cálculo de preço dos pacotes de canil/hotel a extensão do ambiente para a prestação dos serviços devido a variação de tempo na execução de limpeza, com isto o lucro pretendido foi de 5%.

Tabela 21 - Custos e cálculos de preço de vendas para canil e hotel

Cálculo do mark up divisor (Canil/hotel 70 m²)	
Custos	R\$ 71,93
Mão de obra paga por hora (2 funcionários)	R\$ 9,96
Custo total	R\$ 81,89
Despesas fixas (Despesas/Receita * 100)	4,87%
Despesas variáveis (impostos sobre vendas + comissão)	14,00%
Impostos (ICMS, PIS e COFINS)	7,89%
Lucro	5,00%
CT total	31,76%
MKD (100%-CT)/100	68,2360%
PV	R\$ 120,01
Preço arredondado do serviço	R\$ 120,00

Fonte: Os Autores, 2018.

Prazos e condições: A fim de manter o equilíbrio entre as contas e preservar um bom capital de giro foram determinados os prazos médios de recebimento e pagamento com base nos valores dos serviços prestados e das compras de produtos. Para recebimento foi considerado o impacto direto no fluxo de caixa da empresa, sendo delimitado o pagamento à vista, o desconto no cartão no prazo de 30 dias e/ou pagamento a vista de 80% do serviço e uma parcela em 30 dias com o restante do valor. Quanto ao pagamento dos fornecedores, a HyPet analisará seu crescimento mensal, a qual aumentará suas compras conforme a necessidade.

5.1.5 Promoção

O marketing promocional é um meio de mostrar ao público os produtos e serviços da organização, a HyPet analisou algumas maneiras de engajar o seu cliente e comunicar-se com o mesmo por meio de ações promocionais. O desconto, por exemplo, é um fator que será analisado cautelosamente pela empresa, com base principal de frequência de contratação do serviço, se o cliente fechar pacotes mensais ou bimestrais, ele terá uma margem de desconto que se enquadre ao fluxo de caixa da organização, pois uma aplicação de descontos descontrolada pode acarretar na diminuição brusca de lucro pela HyPet. Como a HyPet não possui concorrentes diretos no Brasil fornecer os descontos será uma maneira de atrair novos clientes.

Os *flyers* e *folders* são outros meios que a HyPet utilizará para publicar os seus serviços, distribuindo seus materiais em locais estratégicos como: estabelecimentos parceiros (*petshop* e hotéis).

Já a propaganda online (e-mail) será realizada para todos aqueles que entrarem na *landing page* da empresa interessados em seus serviços. A última estratégia que será adotada é o brinde, um dos meios mais efetivos em fazer com que o cliente se lembre da marca, pois traz embutido um apelo emocional²⁷ à mente do consumidor, o objetivo da atribuição é, ao invés de atrai-lo para utilizar o serviço (que poderá ser realizado por meio do desconto), a empresa irá atrai-lo sob um conceito de “fidelização”, mostrando-o a importância que o mesmo tem para a HyPet. As entregas de brindes são definidas e seletivas, por isso o objetivo é tornar

²⁷ <https://www.produtecalab.com.br/brindes-sao-efetivos/>

o brinde, mesmo que de modo indireto, um objeto de desejo para os consumidores. Na figura 10 é apresentada uma peça publicitária – *flyer*, para distribuição nos parceiros estratégicos.

Figura 10 - Campanha Publicitária

HyPet
Serviço de limpeza ambiente e Desodorização

Conheça já os nossos pacotes!

WhatsApp (11) 96489-9051
Telefone (11) 4547-1866

Decida a frequência de atendimento conforme a sua necessidade

- P**rofissionais uniformizados para fácil identificação e segurança do seu negócio;
- M**ateriais específicos de limpeza animal;
- E**studo de cronogramas do tempo real de limpeza;
- S**eguro quanto a eventuais danos ao seu imóvel.

Limpeza para condomínios, canis e hotéis de animais!

Fonte: Os Autores, 2018.

Por fim, a empresa também usará como meio de promover os seus serviços, o facebook anúncios, com isto a empresa não pagará altos valores, mas será visualizada por uma quantidade significativa de pessoas envolvidas com o mundo pet. Este assunto será abordado com maiores detalhes no cálculo de previsão e mensuração da demanda.

5.1.6 Gestão da marca

O logotipo da HyPet será apresentado na Figura 11.

Figura 11 - Logotipo



Fonte: Os Autores, 2018.

A criação da marca e do logotipo, bem como a definição das cores a serem utilizadas, foi baseada nos aspectos demonstrados como proposta de valor da empresa. A HyPet define sua marca e logotipo de acordo com o que ela almeja entregar ao cliente de forma a agregar valor ao mesmo. Deste modo, o azul foi utilizado para demonstrar confiança, lealdade, segurança e saúde. Confiança e lealdade, pois a empresa transmitirá esses aspectos a partir dos serviços prestados por parte de seus colaboradores. Segurança e saúde, porque um dos maiores objetivos da empresa é deixar os ambientes a serem higienizados seguros e agradáveis para aqueles que ali vivem.

A cor rosa foi utilizada de modo a representar amor ao próximo, carinho e proteção, devido ao fato de ser uma empresa que precisará de colaboradores que tenham amor pelos animais e que os tratem de forma carinhosa e protetora, tendo em mente que deixar o ambiente limpo é uma das maneiras de fazê-lo.

Os símbolos utilizados estão ali para representar a atividade fim da HyPet, que envolve o tratamento do ambiente de animais de estimação, principalmente de cães e gatos, que por sua vez possuem a marca registrada de suas patas e tem os ossos como um de seus petiscos favoritos.

O nome “HyPet” é uma junção das palavras “Hygiene” e “Pet”, traduzindo-se “Higiene animal”. Refere-se justamente ao que a empresa se proporá a fazer, a higienização e desodorização dos ambientes em que os animais de estimação vivem. É um nome de fácil pronúncia e que também faz alusão a palavra “Hi”, apesar da escrita diferente.

5.1.7 Fluxograma da experiência de compra dos clientes da empresa

O fluxograma da experiência dos clientes será dividido em duas sequências, a B2C, para os clientes pessoa física (casas e apartamentos) e a B2B, para os clientes pessoa jurídica (canis e hotéis de animais).

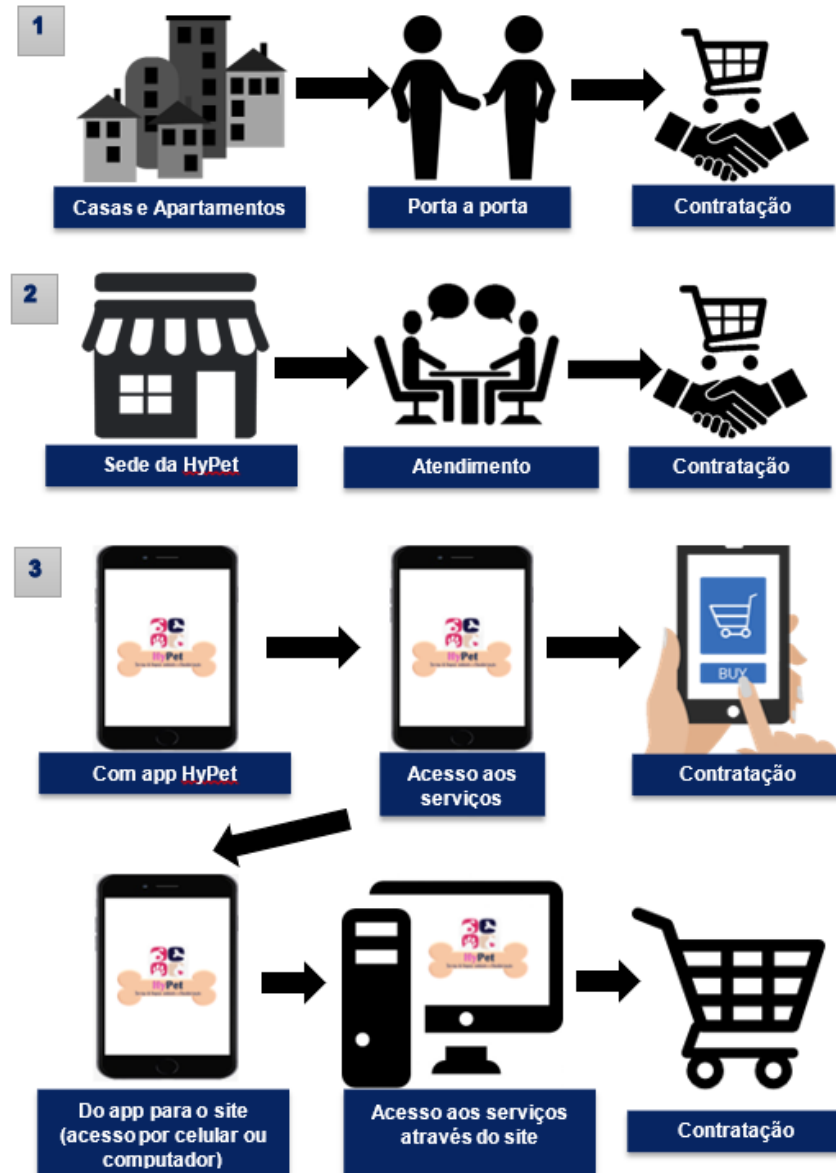
Como já explanado ao longo do presente trabalho, a HyPet possuirá consultores que irão se deslocar até as casas e apartamentos para apresentar a empresa, seus serviços e produtos, além de verificar as necessidades do cliente, caracterizando-o porta-a-porta. Neste caso, a experiência será como mostrada na Figura 12, caso haja a contratação do serviço (1).

Nos outros dois casos, será mostrado como funcionará a experiência de compra caso o próprio cliente se desloque até a sede da HyPet para efetuar a contratação (2) ou caso faça a contratação por meio do aplicativo e/ou site da empresa. No caso do aplicativo, o cliente pode optar por utilizar somente ele, ou por meio dele acessar o site pelo celular mesmo ou por meio de um computador para efetuar a contratação da forma que achar melhor (3).

Para os canis e hotéis de cachorros, a contratação dos serviços se dará da mesma forma, com a diferença de que o preenchimento dos dados e o acesso no aplicativo e nos computadores será diferente e mais detalhado, com necessidade de maior preenchimento de dados e quantidade maior de visitas dos consultores por se tratar de pessoa jurídica com espaços maiores e maior quantidade de animais.

O fluxograma da experiência de compra dos clientes da HyPet será ilustrado na Figura 12:

Figura 12 - Fluxograma da experiência de compra dos clientes



Fonte: Os Autores, 2018.

5.1.8 Estratégias de fidelização dos clientes

A estratégia de fidelização será adotada pela HyPet por meio dos seguintes procedimentos:

A empresa possuirá um quadro de funcionários capacitado através de treinamentos com o objetivo de atender os clientes, seja lá qual a sua função, de acordo com os princípios e valores da organização, ou seja, a prestação de serviços de qualidade, excelência no atendimento, superação das expectativas e satisfação do cliente serão fundamentais durante o relacionamento da HyPet com seu público.

As fidelizações poderão ser realizadas através das parcerias que a HyPet possuirá com algumas empresas a fim de oferecer alguns produtos considerados complementares para auxiliar as vendas e dar maior suporte ao cliente quanto a limpeza e o animal de estimação. A existência desses produtos, algumas vezes podendo ser oferecidos até mesmo como brindes, pode vir a ser uma maneira de fidelizar os consumidores.

A empresa oferecerá pacotes de serviços que caberão no bolso dos clientes, dependendo de suas necessidades e orçamento. Ele poderá adquirir um pacote completo, que por sua vez, possuirá custos mais altos, ou ele pode adquirir um pacote básico e gastar menos. Essa flexibilidade também é considerada uma forma de fidelização, pois a HyPet estará pensando nas necessidades do cliente e na melhor maneira de satisfazê-las.

Além disso, a organização possuirá tanto no site quanto no aplicativo, um sistema de feedback relacionado às sugestões dadas pelos clientes. Deste modo, a empresa visa captar o máximo de sugestões possíveis para atender as demandas e necessidades de seus clientes, utilizando-se de um canal que trará uma base de dados importante para fazê-lo.

Sempre que for realizada uma limpeza, o cliente pode acessar o aplicativo e dar uma avaliação para o serviço agendado. Sendo assim, o cliente atribuirá uma nota com direito a comentários para auxiliar a empresa na identificação de possíveis falhas e/ou dificuldades durante a operação.

A HyPet possuirá alguns consultores dentro de sua equipe que serão responsáveis por apresentar a empresa e seus serviços através do serviço de porta-a-porta. Essa é uma maneira de, desde o primeiro contato, começar todo o processo de fidelização que ocorrerá com as etapas já citadas anteriormente.

5.1.9 Posicionamento da marca

A HyPet focará suas atividades na estratégia de Diferenciação, pois é uma estratégia que proporcionará a vantagem competitiva mediante a oferta de produtos e serviços que possuam a qualidade desejada pelos consumidores, mas que também, ao mesmo tempo, possuam características diferentes dos produtos já oferecidos no mercado por concorrentes indiretos. A HyPet, ao adotar essa estratégia, também visará o estímulo a fidelidade dos consumidores, com o objetivo de neutralizar a facilidade da concorrência e a entrada de novos concorrentes, além

de buscar se diferenciar de seu segmento, explorando necessidades específicas dos seus consumidores.

5. 2 Previsão e mensuração da demanda

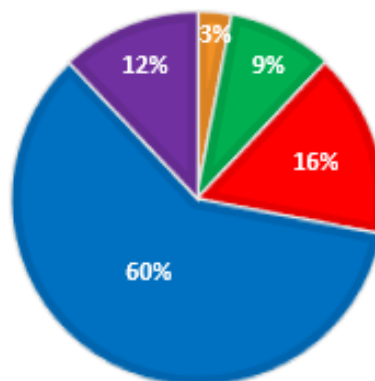
5.2.1 Demanda corrente e futura

Para mensuração de demanda devem ser considerados três aspectos principais, sendo estes: produto (serviços de limpeza), local (área geográfica de venda) e tempo (curto, médio ou longo prazo). (KOTLER, 1996).

Uma pesquisa realizada recentemente pela empresa Prolim, especializada em serviços de limpeza²⁸ identificou que o mercado ainda é novo no país, ou seja, até a década de 1970 as empresas utilizavam de equipes próprias para execução de tais atividades, entretanto houve mudanças no mercado e a contratação da terceirização se tornou cada vez mais intensa. No Gráfico 12 é possível verificar o nível de terceirização de serviços de limpeza no Brasil.

Gráfico 12 - Terceirização dos serviços de limpeza

■ Norte ■ Centro-Oeste ■ Nordeste ■ Sudeste ■ Sul



Fonte: Os Autores, 2018.

Embora esteja incluso nesta porcentagem *shoppings*, terminais rodoviários e bancos, a intenção do estudo é mostrar que o ramo está em desenvolvimento, expandindo principalmente para condomínios residenciais, pequenas e médias empresas e hotéis, setores dos quais a HyPet tem pretensão em atuar. Inicialmente, como explicitado no Gráfico 12, a região Sudeste, localização da HyPet, possui a

²⁸ <http://www.prolimservicos.com.br/pesquisa-inedita-do-setor-de-limpeza-e-conservacao-mostra-o-perfil-do-mercado/>

maior margem de crescimento, logo com base na estimativa de demanda corrente, o Gráfico 12 apresentou o percentual médio de serviços realizados por região em relação ao território brasileiro.

Mesmo com a identificação do aumento de serviços contratados o cálculo de demanda corrente considera a renda média *per capita*, pois o preço de qualquer bem ofertado no mercado impacta no consumo. O site da *infomoney*²⁹ realizou uma pesquisa através de dados coletados do IBGE em fevereiro de 2018, abordando o rendimento domiciliar na região de São Paulo com média de R\$ 1.712,00 reais.

Outro aspecto considerado no cálculo é a população total do território brasileiro em relação a população total do Sudeste, sendo respectivamente, 207,7 milhões e 12,04 milhões de pessoas. Logo, com todos os dados coletados, foi realizado o cálculo conforme Tabela 22:

Tabela 22 - Cálculo de demanda corrente

Dxt = População territorial (Grande ABC) x Renda Sudeste x Renda média gasta no segmento (%) x Renda média gasta no subsegmento (%)

$$\text{Dxt} = 2.751.582 * 1.712,00 * 0,664^{30} * 0,30^{31}$$

Fonte: Os Autores, 2018.

Com base no cálculo de demanda corrente para a região do grande ABC, há um mercado disponível para exploração de suas atividades em até R\$ 938.373,11 reais.

Quanto à análise de demanda futura foram considerados os estudos realizados pelo IBGE e previsão de atendimento embasado no *marketing* realizado pela HyPet. O setor de serviços, por exemplo, cresceu 0,6% no segundo trimestre de 2017³² após oito quedas seguidas conforme dados do Gráfico 13, quanto ao serviço voltado a limpeza tem-se, do mesmo modo, um resultado positivo, com estimativa de crescimento de 16% em 5 anos.

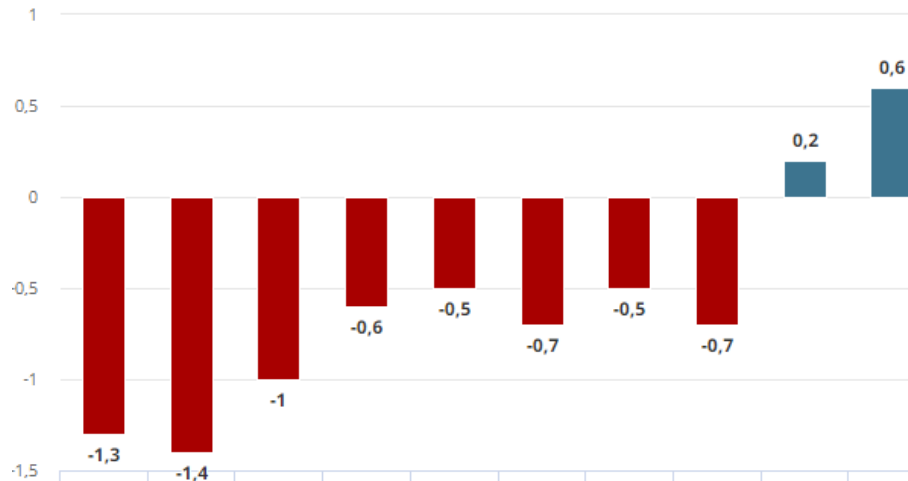
Gráfico 13 - Crescimento de serviços no Brasil (trimestral)

²⁹ <http://www.infomoney.com.br/minhas-financas/consumo/noticia/7300547/renda-media-brasileiro-foi-268-2017-regiao-mais-rica-recebeu>

³⁰ <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,ibge-sudeste-concentra-empregos-e-salarios-de-servicos,81754e>

³¹ <https://exame.abril.com.br/pme/o-novo-membro-da-familia/>

³² <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/em-tempos-de-crise-mercado-de-servicos-de-limpeza-fatura-ate-r-106-bilhoes-ao-ano-shtml/>



Fonte: IBGE, 2018.

Considerando um investimento inicial mensal de R\$ 250,00 (média de R\$ 8,33 / dia e R\$ 0,35 / hora) a ser utilizado no facebook anúncios (alcance de clientes com geração de propostas de vendas) mais o segundo mês com investimento de R\$ 300,00 pagando pelo mesmo valor por hora do mês anterior a empresa obterá, respectivamente, uma estimativa de visualizações diária de 4.500 a 8.600 e 5.300 a 10.000 pessoas da região do ABC conforme os interesses e dados demográficos dos clientes potenciais. Entretanto há diversas variáveis que alteram a quantidade de cliques e compras, por isso foi utilizada uma base de cálculo a fim de obter: volume de cliques, quantidade de exibições e análise de desempenho (volume de impressões), sendo estes explicitados conforme Tabela 23:

Tabela 23 - Volume de cliques, conversões e impressões

Volume de Cliques				
1º mês		2º mês		Acréc. por cliques (estimado)
Cliques recebidos		Cliques recebidos		
Valor de investimento	R\$ 250,00	Valor de investimento	R\$ 300,00	
Valor médio pago por clique	R\$ 0,35	Valor médio pago por clique (mês anterior)	R\$ 0,35	
Volume de cliques total	720	Volume de cliques total	864	20,00%
Volume de conversões				
1º mês		2º mês		Acréc. de exibição (estimado)
Cliques exibidos		Cliques exibidos		
Frequência de exibição	2	Frequência de exibição	2	
Intervalo em dias	1	Intervalo em dias	1	
Volume de conversão total	1.440	Volume de conversão total	1.728	20,00%
Volume de impressões (Análise de desempenho)				
1º mês		2º mês		Acréc. de impressões (estimado)
CTR (relevância do anúncio)		CTR (relevância do anúncio)		
	50,00%		50,00%	
Estimativa de compras				
Volume de cliques total	720	Volume de cliques total	864	Acréscimo de compradores
CTR	50,00%	CTR	50,00%	
Compras efetivas	360	Compras efetivas	432	

Fonte: Os Autores, 2018.

No quadro de volume de cliques foi calculado o acréscimo de cliques que a empresa obterá aumentando o valor investido de R\$ 250,00 no primeiro mês para R\$ 300,00 ao mês. No quadro de volumes de conversão é a frequência que o anúncio será exibido na rede social tomando por base o pacote de serviço contratado. No quadro de volume de impressões foi considerado para cálculo a quantidade de efetivos cliques no anúncio dividido pela quantidade de exibições, obtendo como resultado a CTR. O cálculo da CTR é importante para a HyPet pois informará se os usuários consideram os seus anúncios relevantes. Como resultado a empresa obterá por meio de seus anúncios 50% de relevância para os consumidores potenciais, sendo assim, a quantidade de compras efetivas se dará por meio da divisão entre volume de cliques total e a CTR (relevância) resultando em 360 compras no primeiro mês e 432 compras no segundo mês, com acréscimo de compradores de um mês ao outro em 20%.

Considerando que a HyPet não utilizará apenas o marketing de anúncios, estima-se maior volume de contratações de pacotes através do marketing buzz realizado por seus consultores e através dos *flyers e folders*.

5.2.2 Market-share

O mercado de limpeza atinge atualmente 60% da região em que a HyPet situará.

Foi utilizado para base de cálculo o ponto de equilíbrio de vendas anual, totalizando 8.530 pacotes para cobertura de todos os gastos anuais da HyPet, a previsão para o primeiro ano é a efetuação de vendas de: 34 apartamentos e 4 canis e/ou hotéis de animais ao dia, o que totaliza 8.640 pacotes por ano. O market share para o primeiro ano se comparado a demanda disponível existente na Região do ABC será de 0,9207%.

5.3 Estimativa de Gastos

Adotando as estratégias e planos definidos anteriormente no capítulo, a HyPet estima ter os gastos com viabilidade mercadológica para o período de um ano:

Tabela 24 - Gastos com Marketing e mídias

GASTOS COM VIABILIDADE MERCADOLÓGICA	QTDE	MÊS	ANO
Manutenção do site HyPet	12	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Confecção de Flyers	12	R\$ 250,00	R\$ 3.000,00
Mídias sociais	12	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Banners para exposição	12	R\$ 325,00	R\$ 3.900,00
HyPet Bags	12	R\$ 350,00	R\$ 4.200,00
Ímãs de geladeira - customizados	12	R\$ 350,00	R\$ 4.200,00
TOTAL	-	R\$ 1.675,00	R\$ 20.100,00

Fonte: Os Autores, 2018.

Os gastos com o site da empresa são relacionados ao custo de sua hospedagem; os flyers serão distribuídos entre os clientes da empresa, nos condomínios e estabelecimentos; os gastos com mídias sociais serão relacionados a links patrocinados dentro de ambientes como Facebook e Twitter; Banners serão confeccionados para exposição dentro dos condomínios; HyPet Bags serão confeccionadas para serem distribuídas para clientes logo após a prestação de serviços e, posteriormente, para vendas que complementarão a receita da empresa; e por fim, os ímãs serão distribuídos aos clientes após o serviço prestado, como um

sinal de que a HyPet esteve naquele ambiente, seja um hotel, canil ou ainda um apartamento.

Buscando um orçamento base-zero a empresa delegará as atividades de criação, desenvolvimento, gestão das mídias sociais e outras atividades relacionadas, para o próprio assistente administrativo que deverá ter habilidades e competências para suprir as demandas da empresa, visto que a contratação de uma agência de publicidade poderia elevar consideravelmente os gastos da empresa.

5.4 Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica

Nos dias atuais não há empresa que consiga sobreviver sem investir em Marketing. Os investimentos nessa área vêm crescendo cada vez mais com o passar dos anos, justamente devido ao fato de que a tecnologia deu um *boom* na última década. Com o objetivo de acompanhar as novas tendências, principalmente as que se referem à divulgação e às mídias sociais, a HyPet investirá na criação de seu site institucional e nas mídias sociais com o intuito de estar sempre presente na mente do consumidor. Afinal, é preciso ser lembrado e se sua marca não possui visibilidade, você não terá como ser lembrado e muito menos contratado. Deste modo, a empresa também trabalhará com flyers e folders para atingir outros canais fora a internet como um todo.

Com base nas análises e pesquisas realizadas no presente capítulo, pode-se concluir que há viabilidade mercadológica para a HyPet, que tem como dois de seus objetivos ser lembrada e estar sempre presente na mente do consumidor no que diz respeito à higienização e desodorização de ambientes de animais domésticos.

CAPÍTULO 6 – VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO

6.1 Projeção de colaboradores

A seguir, serão descritas as funções dos colaboradores da HyPet e seus respectivos papéis.

6.1.1 Atividades

Supervisor de Operações: Será responsável por gerir todo o operacional, envolvendo a supervisão do andamento das atividades, desde o fechamento da cotação da prestação do serviço até sua finalização, garantindo a qualidade da prestação e o funcionamento adequado das atividades.

Assistente de Recursos Humanos: Será responsável pelo recrutamento, seleção, remuneração e benefícios, além de treinamento para os técnicos de limpeza. Irá acompanhar o capital humano, cuidar da folha de pagamentos e prestar atendimento aos funcionários.

Assistente Comercial: Será responsável por todas as vendas de pacotes de serviços, pela formalização contratual, por toda a parte de divulgação da empresa, pelo cuidado em todas as redes sociais da organização, pela propagação da marca e pela venda dos pacotes de serviços da HyPet.

Assistente Financeiro: Responsável por gerir as contas da organização, elaborar demonstrações financeiras voltadas para a análise de custos, resultados, acompanhamento dos resultados, entre outros.

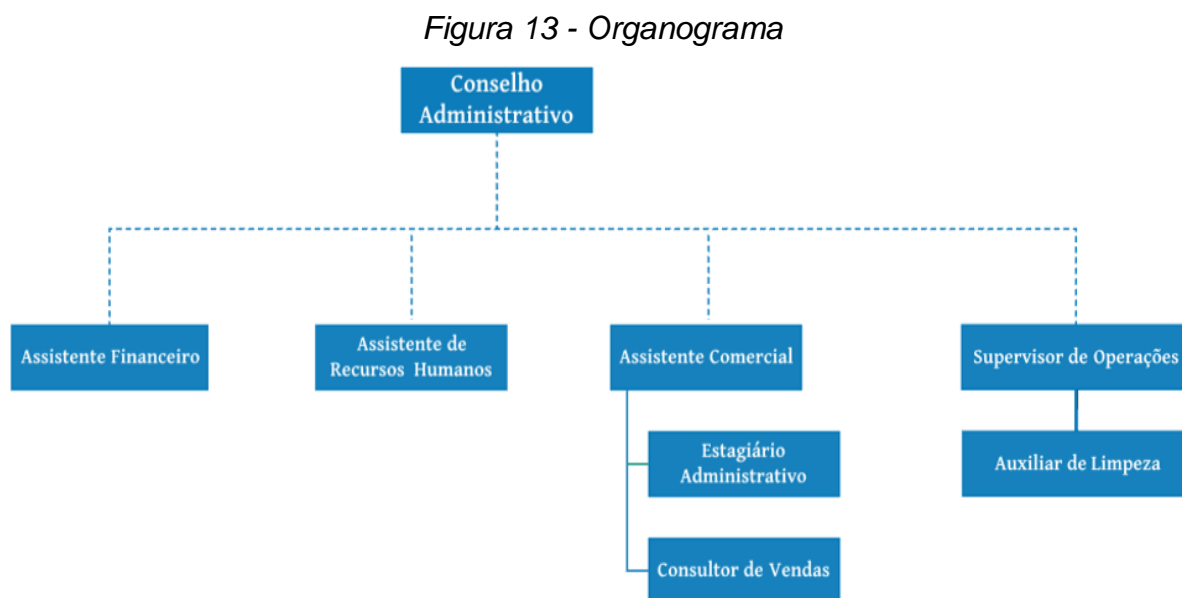
Estagiário Administrativo: Será responsável pelas atividades de rotina do administrativo, pelo atendimento aos clientes onde deverá auxiliar na escolha dos pacotes de serviços conforme o tipo específico de solução que o consumidor busca. Também será responsável por resolver todo o encaminhamento formalizado pelo contrato, fazer atendimentos pelo telefone, agendar serviços, entre outros.

Consultor de Venda: Responsável pela divulgação do serviço e cotação de novos clientes para a HyPet, irá em clínicas pets, hotéis de animais e apartamentos fazendo uma apresentação dos serviços que a empresa oferecerá e quanto cada pacote custará.

Auxiliar de Limpeza: Será responsável por fazer o serviço cotado através do auxiliar administrativo, onde suas atribuições serão se deslocar até o local, prestar o serviço com qualidade e de acordo com o que foi pedido no contrato. Deste modo, fará a identificação dos lugares comuns do animal doméstico, a fim de realizar a limpeza do ambiente e a desodorização das áreas críticas.

6.1.2 Organograma

O organograma da HyPet será composto por onze funcionários, desde o administrativo até o operacional, e um conselho administrativo ocupado pelos cinco sócios que em conjunto supervisionarão as atividades da organização. O organograma será constituído por um Assistente Financeiro; um Assistente de Recursos Humanos; um Assistente Comercial; um Estagiário Administrativo; dois Consultores de Vendas; um Supervisor de Operações e quatro Auxiliares de Limpeza. Na Figura 13 será apresentado o organograma acima descrito:



Fonte: Os Autores, 2018.

6.1.3 Headcount

A HyPet iniciará suas atividades com onze colaboradores, porém conforme o crescimento do número de prestação de serviços e principalmente quando a empresa conseguir atingir o limite diário operacional, o número de headcount dela aumentará.

A partir do terceiro ano de operação, se estima que a empresa esteja mais estruturada assim sendo possível começar o processo de contratação de dois auxiliares de limpeza e mais um estagiário administrativo. Já no seu quarto ano a empresa contratará mais um assistente de recursos humanos e um assistente comercial e no quinto ano a HyPet contratará um assistente financeiro e um consultor de vendas totalizando dezoito colaboradores só nesse período de cinco anos.

Esse progressivo crescimento só acontece a partir do terceiro ano e se torna possível porque com o crescimento da demanda a HyPet consegue ter receita o suficiente para contratar mais funcionários.

Na Tabela 25, será descrito o headcount atual dos colaboradores da HyPet e a estimativa futura de acordo com o que foi declarado:

Tabela 25 - Headcount

Cargos	1º ANO	3º ANO	4º ANO	5º ANO
Supervisor de Operações	1	1	1	1
Assistente de Recursos Humanos	1	1	2	2
Assistente Financeiro	1	1	1	2
Estagiário Administrativo	1	2	2	2
Consultor de Vendas	2	2	2	3
Auxiliar de Limpeza	4	6	6	6
Assistente Comercial	1	1	2	2
Total	11	14	16	18

Fonte: Os Autores, 2018.

6.1.4 Competências

As competências requeridas serão baseadas nos cargos que a HyPet identificou que supririam as necessidades estratégicas e operacionais da organização.

O gerente administrativo deverá ter rapidez na tomada de decisão, visão sistêmica, liderança, habilidades de comunicação oral e escrita, percepção auditiva, ser persuasivo e orientado para resultados, além disso, será exigido o ensino superior completo, conhecimentos estratégicos e experiência na área.

Os assistentes, dependendo da área de atuação, deverão ter pensamento rápido, ser proativos, ter raciocínio lógico, conhecimentos técnicos na área de

atuação e dessa forma auxiliar o gestor nas tarefas diárias. Também terão que no mínimo ter ensino superior, publicidade e propaganda ou contabilidade, dependendo da área de atuação.

O supervisor de operação deverá ter poder de persuasão, influência e inteligência emocional, pois lidará diariamente com os auxiliares de limpeza. Além disso, deverá passar credibilidade, ser comunicativo sabendo passar para sua equipe os procedimentos necessários para que se possa atingir o sucesso na realização dos serviços prestados.

O auxiliar administrativo e os consultores deverão ser proativos, comunicativos e organizados para ter o controle no agendamento da realização dos serviços, ter competências interpessoais por lidarem com o público em geral, além de conhecimentos no pacote *office*, principalmente no *excel*. O auxiliar administrativo deverá ter o ensino médio completo ou um tecnólogo, já os consultores terão que ter no mínimo ensino superior completo.

Os auxiliares de limpeza deverão ter conhecimentos específicos na área de atuação, de produtos utilizados e afins, serem organizados, proativos, e ter algum curso tecnólogo e experiência no ramo de limpeza e higienização, além de possuir CNH.

6.2 Plano de gestão de pessoas

6.2.1 Recrutamento e seleção

Os processos de recrutamento e seleção de colaboradores da HyPet serão aplicados e realizados pelo analista de RH. Sua divulgação se dará por meio de divulgação das vagas através do próprio site e de agências de emprego online (Catho ou Vagas). O fato de o número de funcionários necessários na abertura da empresa não ser elevado, faz com que esses procedimentos sejam considerados como sendo os de melhor custo benefício.

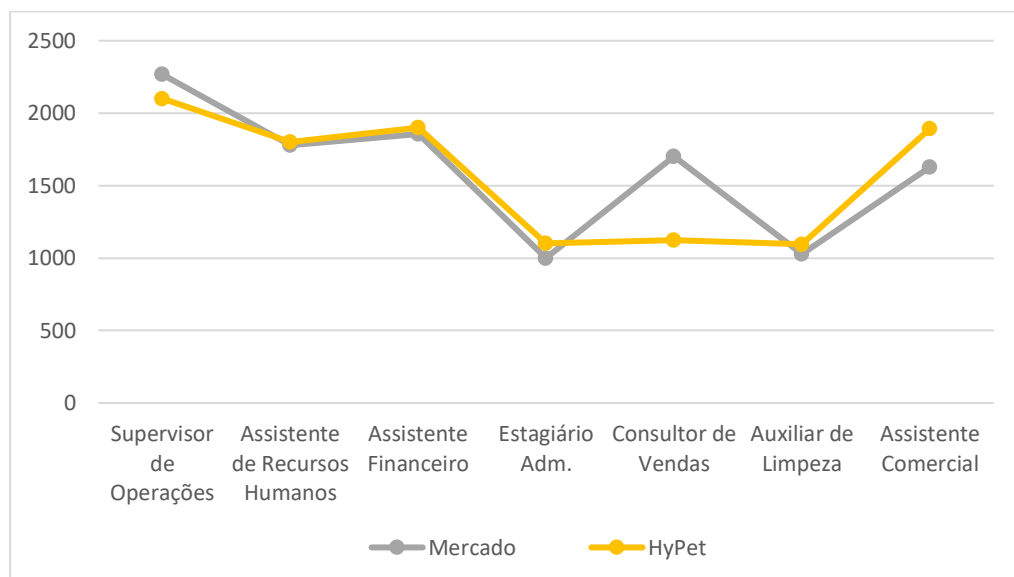
Na fase da seleção, inicialmente ocorrerá uma análise dos currículos para verificar se os requisitos básicos de cada vaga estão sendo preenchidos. Depois de aprovado pela análise de currículo, serão aplicados testes com temas relacionados ao negócio da empresa e uma dinâmica para analisar as habilidades interpessoais dos candidatos.

Após aprovação dessas duas etapas, a última fase será constituída da entrevista individual onde dependendo da área a qual se candidatou, será feita a entrevista com o responsável da vaga a ser preenchida.

6.2.2 Remuneração

A remuneração oferecida aos colaboradores da HyPet estará embasada nos valores praticados pelo mercado conforme disponibilizado através do guia de salários da Catho³³ e da Love Mondays³⁴. O Gráfico 14 apresenta a curva salarial dos colaboradores em comparação ao que é praticado no mercado e a Tabela 24 apresenta os dados utilizados para a confecção da curva salarial.

Gráfico 14 - Curva Salarial e comparação da remuneração com o mercado



Fonte: Os Autores, 2018.

³³ <https://www.cpt.com.br/busca/cursos>

³⁴ http://www.casadoaspirador.com.br/Curso_de_Lavagem_e_Higienizacao_de_Estofados_Modulo_Especialista/prod-4126991/

Tabela 26 - Salários da HyPet vs. Salários do Mercado

Cargos	Mercado	HyPet
Supervisor de Operações	R\$ 2.267,28	R\$ 2.101,00
Assistente de Recursos Humanos	R\$ 1.780,19	R\$ 1.799,60
Assistente Financeiro	R\$ 1.856,75	R\$ 1.898,60
Estagiário Administrativo	R\$ 1.000,00	R\$ 1.100,00
Consultor de Vendas	R\$ 1.700,00	R\$ 1.122,00
Auxiliar de Limpeza	R\$ 1.028,75	R\$ 1.095,60
Assistente Comercial	R\$ 1.627,02	R\$ 1.892,00

Fonte: Os Autores, 2018.

A organização oferecerá um salário um pouco abaixo em comparação as outras empresas, porém uma forma que a HyPet buscou para que isso não afetasse a satisfação dos funcionários foi combater esse valor com um diferencial nos benefícios oferecidos.

Os benefícios disponibilizados pela HyPet serão: o vale refeição e o vale transporte, que possuirão o mesmo valor para todos os colaboradores.

O valor do vale refeição foi calculado com base no fato de que o colaborador trabalhará ao todo 22 dias (trabalhando de segunda a sexta e pelo menos dois sábados do mês intercalados, tendo folga no domingo e no sábado se não cair na escala). Foi considerado um valor de R\$ 30,00 para cada refeição.

O valor do vale transporte também levou em conta 22 dias de serviços e foi calculado com base no valor da passagem de transporte público no ABC (R\$ 4,40 a passagem), totalizando o equivalente as viagens de ida e volta no mês um benefício de R\$ 193,60.

O convênio médico será oferecido pela Intermédica, sendo o custo por mês de R\$133,48 só para os funcionários. O custo total por mês com todos os colaboradores será de R\$ 1.601,76.

Os gastos com a remuneração anual da HyPet, serão mostrados na Tabela 27:

Tabela 27 - Gastos com as remunerações dos colaboradores

GASTOS COM SALÁRIOS	R\$	Meses	Qtde	Salário Anual	VR + VT Anual	Convênio Anual	Total
Auxiliar de Limpeza	R\$ 1.095,60	12	4	R\$ 52.588,80	R\$ 34.636,80	R\$ 6.407,04	R\$ 93.632,64
Supervisor	R\$ 2.101,00	12	1	R\$ 25.212,00	R\$ 8.659,20	R\$ 1.601,76	R\$ 35.472,96
Consultor	R\$ 1.122,00	12	2	R\$ 26.928,00	R\$ 17.318,40	R\$ 3.203,52	R\$ 47.449,92
Assistente Comercial	R\$ 1.892,00	12	1	R\$ 22.704,00	R\$ 8.659,20	R\$ 1.601,76	R\$ 32.964,96
Estagiário administrativo	R\$ 1.100,00	12	1	R\$ 13.200,00	R\$ 8.659,20	R\$ 1.355,40	R\$ 23.214,60
Assistente Financeiro	R\$ 1.898,60	12	1	R\$ 22.783,20	R\$ 8.659,20	R\$ 1.601,76	R\$ 33.044,16
Assistente de RH	R\$ 1.799,60	12	1	R\$ 21.595,20	R\$ 8.659,20	R\$ 1.601,76	R\$ 31.856,16
TOTAL	R\$ 15.417,60		11	R\$ 185.011,20	R\$ 95.251,20	R\$ 17.373,00	R\$ 297.635,40

Fonte: Os Autores, 2018.

6.2.3 Treinamento e desenvolvimento

Por ser uma empresa de prestação de serviços voltados mais para as classes média e alta, a HyPet procurará desenvolver seus colaboradores de forma que seus serviços possam ser feitos com qualidade. Para isso a organização concederá treinamentos para seus colaboradores.

Os cursos disponibilizados inicialmente aos funcionários estarão voltados a temas significativos aos cargos exercidos. A seguir serão abordados os temas dos treinamentos:

- Liderança gerencial – como desenvolver a habilidade de liderança;
- Fidelização de clientes;
- Tratamento de pisos;
- Técnicas de limpeza;
- Limpeza de ambientes;
- Gestão de Pessoas na Pequena Empresa.

Esses treinamentos serão feitos através do Centro de Produções Técnicas – CPT³⁵ que tem disponibilizado, além desses, vários cursos de capacitação profissional e de higienização pela UniAbralimp³⁶.

Todos esses cursos têm o intuito de auxiliar no desenvolvimento das funções exercidas pelos colaboradores tanto para seu aperfeiçoamento em suas atividades quanto para o crescimento de conhecimentos técnicos. Os treinamentos estarão

³⁵ <https://www.cpt.com.br/busca/cursos>

³⁶ <http://www.uniabralimp.com.br/cursos.asp>

disponibilizados assim que iniciarem suas atividades na empresa sendo custeados integralmente pela empresa, conforme os valores disponibilizados na Tabela 28, os preços de cada curso, os cargos que ocuparão e a quantidade total que será gasta com o treinamento e desenvolvimento.

Tabela 28 - Valores dos cursos de capacitação para os colaboradores

CURSOS DISPONIBILIZADOS	VALOR	CARGOS	QTD.	TOTAL
Fidelização de Clientes	R\$398,00	Comercial/ Administrativo/ Consultores	4	R\$1.592,00
Gestão de Pessoas na Pequena Empresa	R\$318,00	Assistente de RH	1	R\$318,00
Liderança de equipes	R\$0,00	Supervisor	1	R\$0,00
Tratamento de pisos	R\$0,00	Auxiliar de Limpeza	4	R\$0,00
Técnicas de limpeza	R\$0,00	Auxiliar de Limpeza	4	R\$0,00
Limpeza de ambientes	R\$0,00	Auxiliar de Limpeza	4	R\$0,00
TOTAL	R\$1.910,00		18	R\$1.910,00

Fonte: Os Autores, 2018.

Além dos treinamentos, a HyPet visando a melhoria contínua e o desenvolvimento da capacitação de cada funcionário, realizará avaliações periódicas.

6.2.4 Rotatividade e absenteísmo

Absenteísmo e rotatividade devem ser observados de perto pela HyPet, pois setores como o de limpeza e preservação, onde a empresa atuará costumam apresentar altas taxas de rotatividade, semelhantes as taxas médias nacionais anuais, aproximadamente 45% sobre as contratações³⁷.

Embora a rotatividade possa trazer a substituição de funcionários de baixa performance e trazer fôlego novo às equipes profissionais da empresa, pode trazer diversos efeitos negativos, como aumento de custos, com dispensa e contratação de funcionários, custos de treinamento, perda de produtividade, organização, perda de pessoal qualificado e habituado as características das atividades e da empresa, piora no clima organizacional, etc.

³⁷ <https://www.dieese.org.br/livro/2016/rotatividade2016.pdf>

Pesquisas realizadas com base nos dados do Dieese³⁸, mostraram que a taxa saudável ou aceitável de rotatividade dentro das empresas gira em torno de 20% ao ano. Esse será o percentual alvo da HyPet. Para isso a empresa adotará medidas em que irá buscar se diferenciar de outras empresas do ramo, trazendo outro tratamento aos seus funcionários, tratando-os, não como uma mão de obra barata, mas demonstrando preocupação com aspectos laborais, qualidade de vida no ambiente de trabalho, saúde, treinamentos, etc.

A Tabela 29 apresentará a estimativa de gastos com rotatividade para o primeiro ano de operação da HyPet:

Tabela 29 - Estimativa de gastos com rotatividade para primeiro ano da operação

CUSTOS DE TREINAMENTO	R\$1.910,00
CUSTOS DE RECRUTAMENTO	R\$0,00
CUSTOS MÉDIOS MENSALIS COM SALÁRIOS	R\$2.254,94
TAXA DE ROTATIVIDADE ANUAL	15%
FUNCIONÁRIOS NO PRIMEIRO ANO	11
ESTIMATIVA DE CUSTOS COM ROTATIVIDADE	R\$6.872,15

Fonte: Os Autores, 2018.

6.2.5 Segurança do trabalho

Além da preocupação da HyPet com a qualidade dos serviços prestados, é importante para a empresa cuidar da segurança e saúde daqueles que proporcionam a higiene dos ambientes que os clientes habitam.

Diversos cuidados devem ser tomados, considerando os riscos que os colaboradores da organização estarão expostos, riscos de ferimentos durante as atividades, contaminações, doenças ocupacionais, químicos ou biológicos, ou ainda acidentes de trabalho.

Na prestação de serviços existem diferentes níveis de riscos e para cada patamar é necessária adoção de medidas de proteção dos colaboradores. Como aplicação de treinamentos e fornecimento de EPI's para maior segurança e proteção durante a execução do serviço.

³⁸ <https://www.dieese.org.br/livro/2016/rotatividade2016.pdf>

Os trabalhadores do ramo de limpeza e conservação, que é a área de atuação da HyPet, em sua grande maioria, não têm treinamento ou são mal treinados, situação que se torna evidente na execução das tarefas, onde falta orientação das empresas e também ocorre negligência dos funcionários que se sentem mais à vontade sem o uso de seus equipamentos de segurança, podendo colocar em risco a sua própria integridade física.

Os profissionais do ramo de limpeza estão constantemente em contato com diversos produtos químicos, partículas de pó, detritos e lixo em geral. Além disso, esses profissionais estão expostos a riscos como pisos molhados e pequenas alturas que podem resultar em acidentes com fraturas e outras lesões. Para proteção perante esses riscos a empresa fornecerá aos seus funcionários:

- Avental;
- Bota (impermeável);
- Luvas;
- Máscara;
- Toucas.

Na Tabela 30, é possível observar os valores referentes ao custo de aquisição de EPI's para início das atividades da empresa:

Tabela 30 - Custos com aquisição de EPI's

CUSTO	VALOR	QTDE	TOTAL
Luvas - 3 por funcionário	R\$ 6,50	12	R\$ 78,00
Bota impermeável - 2 por funcionário	R\$ 192,00	4	R\$ 768,00
Uniforme - 3 por funcionário	R\$ 79,90	12	R\$ 958,80
Mascaras - pacote com 100 unidades	R\$ 73,05	1	R\$ 73,05
Tocas protetoras - pacote com 100 unidades	R\$ 8,33	1	R\$ 8,33
TOTAL	R\$ 359,78	-	R\$ 1.886,18

Fonte: Os Autores, 2018.

Será fundamental para o funcionamento dos programas de segurança de trabalho o papel da HyPet, em prestar atendimento aos funcionários, explicando como cada EPI deve ser utilizado, sua importância, os riscos incorridos nas atividades e assistência no caso de dúvidas sobre segurança no ambiente de trabalho.

6.3 Estimativa de Gastos

Seguindo as diretrizes definidas, a HyPet oferecerá a seus colaboradores um salário próximo ao piso da categoria, como é possível observar no gráfico da curva salarial. Na Tabela 31 segue demonstração anual dos gastos com salários dos colaboradores:

Tabela 31 - Gastos com salários

GASTOS COM SALÁRIOS	TOTAL ANUAL
Auxiliar de Limpeza	R\$93.632,64
Supervisor	R\$35.472,96
Consultor	R\$47.449,92
Assistente Comercial	R\$32.964,96
Estagiário Administrativo	R\$23.214,60
Assistente Financeiro	R\$33.044,16
Assistente de RH	R\$31.856,16
TOTAL	R\$297.635,40

Fonte: Os Autores, 2018.

Buscando a proteção e integridade física de nossos colaboradores, assim como uma adequada apresentação diante do cliente, foram estipulados os gastos na Tabela 32 com equipamentos de proteção individual (EPI):

Tabela 32 - Gastos com EPI's

GASTOS COM EPI'S	VALOR	QTDE	TOTAL ANUAL
Luvas - 3 por funcionário	R\$ 6,50	12	R\$ 78,00
Bota impermeável - 2 por funcionário	R\$ 192,00	4	R\$ 768,00
Uniforme - 3 por funcionário	R\$ 79,90	12	R\$ 958,80
Máscaras - pacote com 100 unidades	R\$ 73,05	1	R\$ 73,05
Tocas protetoras - pacote com 100 unidades	R\$ 8,33	1	R\$ 8,33
TOTAL	R\$ 359,78	-	R\$ 1.886,18

Fonte: Os Autores, 2018.

A princípio a HyPet fará uso dos serviços da Catho para recrutamento e seleção dos seus funcionários, por ser uma fonte de longo alcance e viável economicamente, por ser gratuita (o portal VAGAS.COM possui custo médio de R\$ 500 reais por vaga anunciada).

Tabela 33 - Gastos com anúncios de vagas

ANÚNCIO DE VAGAS	VALOR
Catho	GRATUITO
Vagas	R\$ -
TOTAL	R\$ -

Fonte: Os Autores, 2018.

Os treinamentos oferecidos pela HyPet visam preparar os funcionários para o início de suas atividades. A empresa escolheu instituições relacionadas ao setor de atuação, que ensinam a essência da atividade e oferecem um preço justo pelos conhecimentos e técnicas de limpeza e gestão. Na Tabela 34 é possível visualizar os custos de treinamento dos colaboradores:

Tabela 34 - Gastos com treinamentos

CURSOS DISPONIBILIZADOS	Valor	Cargos	Qtd.	Total
Fidelização de Clientes	R\$ 398,00	Comercial/ Administrativo /Consultores	4	R\$ 1.592,00
Gestão de Pessoas na Pequena Empresa	R\$ 318,00	Assistente de RH	1	R\$ 318,00
Liderança de equipes	R\$ -	Gerente/Supervisor	2	R\$ -
Tratamento de pisos	R\$ -	Auxiliar de Limpeza	4	R\$ -
Técnicas de limpeza	R\$ -	Auxiliar de Limpeza	4	R\$ -
Limpeza de ambientes	R\$ -	Auxiliar de Limpeza	4	R\$ -
Total	R\$ 716,00		19	R\$ 1.910,00

Fonte: Os Autores, 2018.

Na Tabela 35 é possível constatar o valor aproximado anual de gasto com departamento pessoal pela HyPet:

Tabela 35 - Gastos totais

GASTOS TOTAIS	ANO
GASTOS COM SALÁRIOS	R\$ 297.635,40
GASTOS COM EPI'S	R\$ 1.886,18
GASTOS COM ANÚNCIO DE VAGAS	R\$ -
GASTOS COM TREINAMENTO	R\$ 1.910,00
TOTAL	R\$ 301.431,58

Fonte: Os Autores, 2018.

6.4 Análise e diagnóstico da viabilidade do capital humano da organização

Atualmente o sucesso ou o fracasso de uma organização se deve justamente ao seu capital humano, sendo assim a empresa que possui colaboradores com qualificação profissional possui um grande diferencial perante a concorrência. Não é à toa que a HyPet visa possuir uma equipe de trabalho que seja capaz e especializada, que possa passar para o cliente esse diferencial por meio da realização de seus serviços, seja por meio da limpeza, da contratação do serviço, do oferecimento do mesmo, das reuniões dentro da empresa, do atendimento, enfim, por meio de quaisquer funções exercidas dentro da organização.

Para fazer a diferença é preciso oferecer aos colaboradores todo o suporte necessário, é fazer realmente a gestão do capital humano, focando em deixar o colaborador o mais feliz possível dentro da organização, não somente profissionalmente falando, mas também pessoalmente, através de boa convivência com os colegas de trabalho e de se sentir parte da organização. A HyPet entende que o cliente interno é a maneira mais próxima de chegar ao cliente externo e se, o colaborador não estiver satisfeito, conseqüentemente não passará uma imagem de excelência. Além disso, os colaboradores também serão incentivados a estudar, a se aperfeiçoar mais naquilo que fazem através de treinamentos e cursos, pois é importante estar sempre aprendendo e tentando evoluir.

Possuir um quadro de funcionários não somente comprometido, mas também satisfeito é um dos maiores objetivos da HyPet. Ter pessoas com capacidade de inovação, ambição de reinventar-se e estar sempre acerca das novidades e, acima de tudo, que possuam conteúdo intelectual e ofereçam serviços que vão além das expectativas, tudo isso em um “pacote”, representa o que um dia a organização almeja alcançar.

Portanto, tendo em vista todos os dados anteriormente apresentados, pode-se concluir que o negócio possui oportunidade de mercado e viabilidade levando em consideração as informações levantadas referentes ao capital humano da organização.

CAPÍTULO 7 – VIABILIDADE FINANCEIRA

7.1 Plano Financeiro

O plano financeiro desenvolvido a seguir, demonstrará se o plano de negócios desenvolvido, da empresa HyPet, é viável economicamente, se ele agregará valor a seus sócios e criará valor à empresa.

Nos próximos tópicos será mostrada a união de todo o trabalho já desenvolvido.

7.1.1 Pressupostos da análise financeira

A análise do plano de negócios e o planejamento de funcionamento da HyPet foi desenvolvido com base em algumas premissas, buscando a sustentabilidade da empresa. Seguem premissas abaixo:

- Faturamento projetado de acordo com pesquisas realizadas nos capítulos anteriores;
- Projeção de demanda seguindo conceitos e premissas de micro e macroeconomia;
- Seleção de insumos, produtos e mão de obra com base no cenário estável no mercado disponível, não considerando possibilidades otimistas ou negativas;
- Para projeção de crescimento da empresa, serão consideradas as projeções de crescimento da economia nacional, do setor de atuação e da inflação do mercado brasileiro;
- Os meios de pagamento aceitos pela empresa serão cartão de débito, crédito ou dinheiro;

7.1.2 Cálculo do investimento total

A HyPet foi projetada para iniciar suas operações com base em um investimento total dos sócios em R\$ 100.000,00 reais utilizados para o investimento pré-operacional de R\$ 92.930,04.

A seguir será apresentada a divisão e estrutura de custos da empresa:

Investimentos Pré-Operacionais:

O cálculo de investimento pré-operacional é importante porque abordará todos os investimentos que a HyPet deverá realizar antes do início de suas operações, sendo estes as suas despesas iniciais. Na Tabela 36 estão presentes todos os valores identificados:

Tabela 36 - Investimento Pré-Operacional

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	
Descrição	Valor Total ANUAL
Câmeras de segurança (monitoramento)	R\$ 259,80
Decoração	R\$ 800,00
Despesas de legalização	R\$ 1.200,00
Lâmpada	R\$ 310,90
Logotipo da fachada	R\$ 850,00
Serviços de Cloud	R\$ 140,00
Manutenção do Site	R\$ 335,00
Software Pacote Office	R\$ 300,00
Mobília	R\$ 5.909,16
Material de escritório	R\$ 2.220,48
EPI	R\$ 150,68
Material de limpeza	R\$ 130,60
Informática e telefonia	R\$ 21.202,71
HyPet Car	R\$ 56.000,00
Tinta para as paredes	R\$ 660,00
Produtos / equipamentos utilizados na operação	R\$ 2.460,71
Total	R\$ 92.930,04

Fonte: Os Autores, 2018.

Necessidade de Capital de Giro:

Para ser bem-sucedida no mercado a empresa precisa ter um bom capital de giro para manter suas operações de modo saudável e duradouro, por isso foram realizados os cálculos de necessidade para os próximos 5 anos conforme Tabela 37. Não há saldo inicial de investimento para início das operações, visto que para início das operações foi conforme mencionado no cálculo de investimento total, considerando os valores de lucro/prejuízo anual será possível identificar a

necessidade para posteriores reinvestimentos na organização. Sendo assim, segue Tabela 37 com os cálculos realizados:

Tabela 37 - Necessidade de Capital de Giro

	Momento "0" - Dez/2018	2019	2020	2021	2022	2023
Entrada	0	R\$ 361.851,20	R\$ 746.690,08	R\$ 877.985,84	R\$ 906.081,39	R\$ 924.203,02
Saída	R\$ 92.930,04	R\$ 196.910,32	R\$ 106.924,69	R\$ 163.729,60	R\$ 168.969,12	R\$ 169.377,98
Saldo final	R\$ 92.930,04	R\$ 164.940,88	R\$ 853.614,78	R\$ 1.041.715,45	R\$ 1.075.050,51	R\$ 1.093.581,00
Saldo acumulado	R\$ 92.930,04	R\$ 257.870,92	R\$ 595.743,86	R\$ 1.637.459,30	R\$ 2.712.509,81	R\$ 3.806.090,82

Fonte: Os Autores, 2018.

O saldo final de necessidade de capital de giro do primeiro ano será de R\$ 257.870,92, somado com o valor gasto do pré-operacional. A HyPet obterá um capital de giro positivo a partir do segundo ano de atividades, onde pagará o saldo negativo e ainda lhe sobrar para futuro reinvestimento um valor de R\$ 595.743,86.

7.1.3 Estimativa de faturamento mensal para os próximos 5 anos

É possível observar na Tabela 38 a projeção das receitas da HyPet para os próximos 5 anos de atividade, levando em conta que a prestação de serviços será executada 24 dias do mês. A taxa de crescimento em 5 anos conforme abordado no tópico de previsão de demanda é um crescimento de 16% a cada 5 anos, ou seja, 3,2% por ano no setor de limpeza.

Tabela 38 - Projeção de faturamento para os próximos cinco anos de atividade da HyPet

	FATURAMENTO 2019	FATURAMENTO 2020	FATURAMENTO 2021	FATURAMENTO 2022	FATURAMENTO 2023
Janeiro	R\$ 2.886,10	R\$ 61.723,15	R\$ 64.486,61	R\$ 84.387,62	R\$ 110.430,22
Fevereiro	R\$ 4.346,60	R\$ 61.724,79	R\$ 65.948,30	R\$ 86.300,41	R\$ 112.933,31
Março	R\$ 10.121,90	R\$ 61.726,44	R\$ 67.443,13	R\$ 88.256,55	R\$ 115.493,13
Abril	R\$ 17.392,60	R\$ 61.728,09	R\$ 68.971,84	R\$ 90.257,03	R\$ 118.110,97
Mai	R\$ 20.141,40	R\$ 61.892,70	R\$ 70.535,21	R\$ 92.302,86	R\$ 120.788,16
Junho	R\$ 27.394,80	R\$ 62.057,74	R\$ 72.134,00	R\$ 94.395,06	R\$ 123.526,02
Julho	R\$ 34.449,60	R\$ 62.223,23	R\$ 73.769,04	R\$ 96.534,68	R\$ 126.325,94
Agosto	R\$ 32.583,70	R\$ 62.389,16	R\$ 75.441,14	R\$ 98.722,80	R\$ 129.189,33
Setembro	R\$ 47.355,20	R\$ 62.555,53	R\$ 77.151,14	R\$ 100.960,51	R\$ 132.117,62
Outubro	R\$ 50.296,90	R\$ 62.722,34	R\$ 78.899,90	R\$ 103.248,95	R\$ 135.112,29
Novembro	R\$ 54.527,30	R\$ 62.889,60	R\$ 80.688,30	R\$ 105.589,26	R\$ 138.174,83
Dezembro	R\$ 60.355,10	R\$ 63.057,31	R\$ 82.517,23	R\$ 107.982,62	R\$ 141.306,80
Total	R\$ 361.851,20	R\$ 746.690,08	R\$ 877.985,84	R\$ 1.148.938,33	R\$ 1.503.508,63

Fonte: Os Autores, 2018.

7.1.4 Estimativa mensal dos custos fixos e variáveis para os próximos 5 anos

Custos Operacionais

Na Tabela 39 encontram-se todos os custos e despesas fixas da HyPet, sendo estes os valores que não sofrerão alteração, ainda que a HyPet não venda a quantidade de pacotes suficientes para a cobertura de tais custos, ou seja, ainda que não atinja o seu ponto de equilíbrio.

Tabela 39 - Projeção dos Custos e Despesas Fixas

Custos fixos mensal		2019	2020	2021	2022	2023
Aluguel	R\$ 1.800,00	R\$ 21.600,00	R\$ 21.600,00	R\$ 22.295,64	R\$ 22.800,00	R\$ 23.400,00
Água	R\$ 129,50	R\$ 1.554,00	R\$ 1.680,00	R\$ 1.800,12	R\$ 2.039,91	R\$ 2.225,29
Energia elétrica	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00	R\$ 3.091,73	R\$ 3.119,87	R\$ 3.246,61	R\$ 3.360,00
Plano telefone e Internet	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.192,00	R\$ 6.390,14	R\$ 6.594,63	R\$ 6.805,66
Subtotal 1	R\$ 2.629,50	R\$ 31.554,00	R\$ 32.563,73	R\$ 33.605,77	R\$ 34.681,15	R\$ 35.790,95
Despesas fixas mensal		2019	2020	2021	2022	2023
Salários + Encargos administrativos	R\$ 17.831,08	R\$ 213.972,93	R\$ 220.820,06	R\$ 227.886,30	R\$ 235.178,67	R\$ 242.704,38
Despesas com marketing	R\$ 1.675,00	R\$ 20.100,00	R\$ 20.743,20	R\$ 21.406,98	R\$ 22.092,01	R\$ 22.798,95
Despesas Logísticas (Seguro + Combustível)	R\$ 2.500,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.960,00	R\$ 31.950,72	R\$ 32.973,14	R\$ 34.028,28
Depreciação (carro + itens diretos)	R\$ 1.463,00	R\$ 17.556,00	R\$ 18.117,79	R\$ 18.697,56	R\$ 19.295,88	R\$ 19.913,35
Despesa com terceirização	R\$ 5.382,00	R\$ 64.584,00	R\$ 66.650,69	R\$ 68.783,51	R\$ 70.984,58	R\$ 73.256,09
Subtotal 2	R\$ 28.851,08	R\$ 346.212,93	R\$ 357.291,74	R\$ 368.725,08	R\$ 380.524,28	R\$ 392.701,06
Material de escritório	R\$ 185,04	R\$ 2.220,48	R\$ 2.291,54	R\$ 2.364,86	R\$ 2.440,54	R\$ 2.518,64
Material de limpeza	R\$ 106,14	R\$ 1.273,64	R\$ 1.328,48	R\$ 1.385,07	R\$ 1.443,47	R\$ 1.503,74
Suprimentos de informática (Office e Cloud)	R\$ 440,00	R\$ 440,00	R\$ 440,00	R\$ 440,00	R\$ 440,00	R\$ 440,00
Subtotal 3 (Outros custos operacionais)	R\$ 731,18	R\$ 3.934,12	R\$ 4.060,01	R\$ 4.189,93	R\$ 4.324,01	R\$ 4.462,38
Total	R\$ 32.211,75	R\$ 381.701,05	R\$ 393.915,48	R\$ 406.520,78	R\$ 419.529,44	R\$ 432.954,39

Fonte: Os Autores, 2018.

Custos e Despesas Variáveis

Os custos variáveis presentes na Tabela 40 são todos os custos sensíveis aos fatores de venda de pacotes da organização, podendo aumentar ou diminuir conforme a sua força no mercado.

Tabela 40 - Projeção dos Custos e Despesas Variáveis

Custo variável mensal	2019	2020	2021	2022	2023
Matéria prima	R\$ 8.713,54	R\$ 9.802,74	R\$ 9.925,27	R\$ 10.964,93	R\$ 12.756,49
Mão de obra	R\$ 79.459,86	R\$ 81.192,21	R\$ 83.981,52	R\$ 85.946,88	R\$ 87.256,49
Subtotal 1	R\$ 88.173,40	R\$ 90.994,95	R\$ 93.906,79	R\$ 96.911,81	R\$ 100.012,98
Despesas variáveis	2019	2020	2021	2022	2023
VT e VR	R\$ 67.040,64	R\$ 69.185,94	R\$ 71.399,89	R\$ 73.684,69	R\$ 76.042,60
Convênio	R\$ 9.598,28	R\$ 9.905,43	R\$ 10.222,40	R\$ 10.549,52	R\$ 10.887,10
Treinamento e desenvolvimento	R\$ 22.920,00	R\$ 23.653,44	R\$ 24.410,35	R\$ 25.191,48	R\$ 25.997,61
EPI	R\$ 1.886,18	R\$ 1.946,54	R\$ 2.008,83	R\$ 2.073,11	R\$ 2.139,45
Subtotal 2	R\$ 101.445,10	R\$ 104.691,35	R\$ 108.041,47	R\$ 111.498,80	R\$ 115.066,76
Total	R\$ 189.618,51	R\$ 195.686,30	R\$ 201.948,26	R\$ 208.410,60	R\$ 215.079,74

Fonte: Os Autores, 2018.

Custo unitário e terceirizações

O cálculo da estrutura dos preços dos pacotes da HyPet foi realizado com base em seus custos internos e com acréscimo da margem de lucro pretendido abordado no tópico de *mark up*, com isto, seguem Tabelas 41 e 42 quanto ao custo unitário utilizado para os apartamentos e custo para canis/hotéis.

Tabela 41 - Custo unitário e projeção para prestação de serviço para apartamento

PRODUTOS PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS - APARTAMENTOS - 2019	2019				APTO	
	Qtde	Medida	Investimento inicial	Qtde por dia	UNIDADE	34 (dia)
						34
DESODORIZADOR - 2L PARA 17 APTOS (usando 20 ml para cada apartamento)	2000	ML	R\$ 13,90	34	R\$ 0,14	R\$ 4,73
RETIRA MANCHAS (usando 20 ml por apartamento)	500	ML	R\$ 55,01	34	R\$ 2,20	R\$ 74,81
SACO DE LIXO - 1 PARA 3 APTOS	1000	UNID	R\$ 210,90	34	R\$ 0,07	R\$ 2,39
PÁ DE COLETA - 3 MESES	1	UNID	R\$ 10,90	34	R\$ 0,12	R\$ 0,12
LUIVA - 1 PARA 17 APTOS	200	UNID	R\$ 32,00	34	R\$ 0,0094	R\$ 0,32
VASSOURA - 3 MESES	1	UNID	R\$ 10,90	34	R\$ 0,12	R\$ 0,12
RODO - 3 MESES	1	UNID	R\$ 12,30	34	R\$ 0,14	R\$ 0,14
LENÇO UMEDECIDO ANIMAL	75	UNID	R\$ 8,99	34	R\$ 0,12	R\$ 4,08
PANOS DE CHÃO - (4 para 17 apartamentos durando 1 mês)	10	UNID	R\$ 15,00	34	R\$ 0,01	R\$ 0,43
REMOVEDOR DE PELOS - ANIMAL - 1 MÊS	2	UNID	R\$ 11,99	34	R\$ 0,40	R\$ 0,40
REMOVEDOR DE PELOS - AMBIENTE - 2 MESES	1	UNID	R\$ 8,99	34	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Lanterna de Luz Negra (6 meses)	1	UNID	R\$ 35,90	34	R\$ 0,20	R\$ 0,20
TOTAL - COMPLETO			R\$ 426,78	-	R\$ 3,48	R\$ 87,68

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 42 - Custo unitário e projeção para prestação de serviço canil/hotel

PRODUTOS PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS - CANIL E HOTEL	HOTEL/CANIL					
	Qtde	Medida	Investimento Inicial	Qtde por dia	UNIDADE	4CA/HO (dia)
						4
DESODORIZADOR - 2L (usando 1000 ml por apartamento)	2000	ML	R\$ 13,90	4	R\$ 6,95	R\$ 27,80
SACO DE LIXO - 5 por CANIL/HOTEL	1000	UNID	R\$ 210,90	4	R\$ 1,05	R\$ 4,22
PÁS DE COLETA - 3 MESES	1	UNID	R\$ 10,90	4	R\$ 0,12	R\$ 0,24
LUIVA - 1 PARA 1 CANIL/HOTEL	200	UNID	R\$ 32,00	4	R\$ 0,16	R\$ 0,64
VASSOURA - 3 MESES	1	UNID	R\$ 10,90	4	R\$ 0,12	R\$ 0,24
RODO - 3 MESES	1	UNID	R\$ 12,30	4	R\$ 0,14	R\$ 0,27
SABÃO NEUTRO - 5L (500 ML)	5000	ML	R\$ 19,04	4	R\$ 1,90	R\$ 7,62
LAVADORA E EXTRATORA (depreciado de 3 anos)	1	UNID	R\$ 1.700,00	4	R\$ 1,57	R\$ 6,30
PANOS DE CHÃO - (4 por canil/hotel por 1 mês)	10	UNID	R\$ 15,00	4	R\$ 6,00	R\$ 24,00
REMOVEDOR DE PELOS - AMBIENTE - 2 MESES	1	UNID	R\$ 8,99	4	R\$ 0,15	R\$ 0,60
TOTAL - COMPLETO			R\$ 2.033,93	-	R\$ 18,17	R\$ 71,93

Fonte: Os Autores, 2018.

Quanto as terceirizações, a HyPet optou por focar em seu core business, sendo assim o serviço de limpeza³⁹ do escritório será terceirizado, assim como o serviço de contabilidade⁴⁰. O valor da contratação do serviço será pago à empresa terceirizada sem considerar a utilização de seus próprios produtos, visto que estes valores já foram contabilizados nas despesas da HyPet. Segue Tabela 43 com o valor da contratação e as quantidades de dia por semana.

³⁹ <https://www.ohub.com.br/ideias/empresa-de-limpeza-valor/>

⁴⁰ <http://www.verscontabilidade.com.br/2014/10/27/4-vantagens-da-terceirizacao-contabil/>

Tabela 43 - Terceirização

TERCEIRIZAÇÃO			
TIPOS	VALOR		VALOR ANUAL
Limpeza	R\$	2.382,00	R\$ 28.584,00
Contabilidade	R\$	3.000,00	R\$ 36.000,00
Total	R\$	5.382,00	R\$ 64.584,00

Fonte: Os Autores, 2018.

Custo de Comercialização

Os custos de comercialização são os custos incidentes sobre as vendas. A HyPet estará sujeita ao pagamento dos impostos sobre as suas vendas, sendo estes: IRPJ, CSLL, COFINS, PIS, CPP e ISS. Há também as comissões dos representantes comerciais no valor de 2,5% sobre as vendas anuais, todos os valores estão presentes na Tabela 44:

Tabela 44 - Custos de Comercialização

Faturamento									
		2019	2020	2021	2022	2023			
FATURAMENTO		R\$ 361.851,20	R\$ 746.690,08	R\$ 877.985,84	R\$ 906.081,39	R\$ 924.203,02			
Aliquota sobre a RB		-R\$ 29.708	-R\$ 84.451	-R\$ 100.090	-R\$ 103.293	-R\$ 105.359			
IRPJ	0,00%		0,53%	0,53%	0,53%	0,53%			
CSLL	0,00%		0,53%	0,52%	0,52%	0,52%			
COFINS	1,42%		1,56%	1,58%	1,58%	1,58%			
PIS	0,00%		0,38%	0,38%	0,38%	0,38%			
CPP	4,00%		4,47%	4,52%	4,52%	4,52%			
ISS	2,79%		3,84%	3,87%	3,87%	3,87%			
Aliquota total anual(%)	8,21%		11,31%	11,40%	11,40%	11,40%			
Gastos com vendas									
Comissão sobre as vendas	2,50%	R\$ 9.046,28	R\$ 18.667,25	R\$ 21.949,65	R\$ 22.652,03	R\$ 23.105,08			
Total		-R\$ 38.754,26	-R\$ 103.117,90	-R\$ 122.040,03	-R\$ 125.945,31	-R\$ 128.464,22			

Fonte: Os Autores, 2018.

Custos dos Serviços Prestados

A apuração dos custos dos serviços prestados foi baseada nos valores unitários das Tabelas 41 e 42 dos pacotes voltados a pessoa física e pessoa jurídica. No caso da HyPet a formação dos preços de venda de seus pacotes foi baseada no enfoque: custos, visto que ainda não possui concorrentes no Brasil e ainda não possui valor percebido do cliente.

Tabela 45 - Custos dos Serviços Prestados

CSP e CPV					
	2019	2020	2021	2022	2023
CSP e CPV	R\$ 119.727,40	R\$ 123.558,68	R\$ 127.512,56	R\$ 131.592,96	R\$ 135.803,93

Fonte: Os Autores, 2018.

Custos com mão de obra

A HyPet contará como força de trabalho 11 funcionários, dos quais 10 são CLT e 1 estagiário. Para o cálculo dos custos da mão de obra CLT foram determinadas as seguintes incidências sociais: INSS normal, INSS sobre as férias, FGTS, FGTS sobre as férias e FGTS sobre o 13º salário), valores recorrentes sobre as remunerações pagas. Todos os custos com mão de obra estão presentes na Tabela 46.

Tabela 46 - Custo da mão de obra

Funções	Quantidade	Sem encargos	Sem encargos	Com encargos	Total
Auxiliar de limpeza	4	R\$ 1.095,60	R\$ 4.382,40	R\$ 2.337,05	R\$ 9.348,22
Supervisor de operações	1	R\$ 2.101,00	R\$ 2.101,00	R\$ 4.299,34	R\$ 4.299,34
Consultor de vendas	2	R\$ 1.122,00	R\$ 2.244,00	R\$ 2.316,01	R\$ 4.632,02
Estagiário	1	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00
Assistente comercial	1	R\$ 1.892,00	R\$ 1.892,00	R\$ 3.843,68	R\$ 3.843,68
Assistente financeiro	1	R\$ 1.898,60	R\$ 1.898,60	R\$ 2.030,16	R\$ 2.030,16
Assistente de RH	1	R\$ 1.799,60	R\$ 1.799,60	R\$ 1.925,88	R\$ 1.925,88
Total		R\$ 11.008,80	R\$ 15.417,60	R\$ 17.852,12	R\$ 27.179,30

Fonte: Os Autores, 2018.

Custo com Depreciação

Para os itens depreciables, como os móveis, equipamentos do escritório, notebooks usados diariamente, máquinas e utensílios da prestação de serviços, a HyPet calculará sua depreciação com base na Tabela 47:

Tabela 47 - Custos com depreciação mensal

DEPRECIÇÃO	VALOR	VIDA ÚTIL (MESES)	DEPRECIÇÃO MENSAL
LANTERNA DE LUZ NEGRA	R\$ 35,00	6	R\$ 5,83
LAVADORA E EXTRATORA - WAP	R\$ 3.400,00	60	R\$ 56,67
HYPET CAR	R\$ 56.000,00	60	R\$ 933,33
NOTEBOOKS	R\$ 9.196,77	60	R\$ 153,28
IMPRESSORA	R\$ 3.597,00	60	R\$ 59,95
RETROPROJETOR	R\$ 142,99	60	R\$ 2,38
TELEVISORES	R\$ 2.898,00	60	R\$ 48,30
TELEFONES	R\$ 379,20	60	R\$ 6,32
IMOBILIZADO - ESCRITÓRIO	R\$ 2.385,14	60	R\$ 39,75
EPI's	R\$ 1.886,18	12	R\$ 157,18
TOTAL	R\$ 79.920,28	-	R\$ 1.463,00

Fonte: Os Autores, 2018.

Custos com pró-labore

A HyPet não obterá custos com pró-labore, visto que os sócios fazem parte do conselho da empresa. Os sócios/conselheiros serão remunerados pela distribuição de lucros da empresa quando houverem rendimentos a serem distribuídos.

Cada integrante do conselho terá direito a uma cota de 20% de participação na empresa, considerando 5 sócios/conselheiros.

Custos com inadimplência

Conforme Tabela 50, a HyPet vende os seus pacotes da seguinte maneira: 80% a vista e 20% a prazo, presente na Tabela 48 de inadimplência. Do mesmo modo segue Tabela 49 com as mesmas condições da venda dos kit's de Higiene & Beleza. Atualmente há um alto índice de inadimplência devido ao cenário atual, ainda que exista uma retomada na economia. O índice atual no mercado pode chegar até 5%⁴¹, embasado nesta porcentagem a HyPet abordará as seguintes condições, caso os seus clientes não arquem com suas dívidas no ano de 2019.

⁴¹ <https://exame.abril.com.br/economia/inadimplencia-no-mercado-de-credito-atinge-5-em-fevereiro-segundo-bc/>

Tabela 48 - Fluxo de Recebimento

Vendas brutas		Orçamento de fluxo de recebimento mês						
		Jan/Jul	Fev/Ag	Mar/Sete	Abril/Out	Maio/Nov	Junho/Dezem	
Janeiro	R\$ 2.851,20	R\$ 2.280,96	R\$ 570,24					
Fevereiro	R\$ 4.276,80		R\$ 3.421,44	R\$ 855,36				
Março	R\$ 9.357,60			R\$ 7.486,08	R\$ 1.871,52			
Abril	R\$ 15.864,00				R\$ 12.691,20	R\$ 3.172,80		
Maio	R\$ 18.715,20					R\$ 14.972,16	R\$ 3.743,04	
Junho	R\$ 25.843,20						R\$ 5.168,64	
Julho	R\$ 32.349,60	R\$ 25.879,68	R\$ 6.469,92					
Agosto	R\$ 30.448,80		R\$ 24.359,04	R\$ 6.089,76				
Setembro	R\$ 44.558,40			R\$ 35.646,72	R\$ 8.911,68			
Outubro	R\$ 47.409,60				R\$ 37.927,68	R\$ 9.481,92		
Novembro	R\$ 51.686,40					R\$ 41.349,12	R\$ 10.337,28	
Dezembro	R\$ 57.388,80						R\$ 11.477,76	
Total								
A prazo Jan a Junho			570,24	R\$ 855,36	R\$ 1.871,52	R\$ 3.172,80	R\$ 3.743,04	R\$ 5.168,64
À prazo Julho a Dezembro		R\$ 6.469,92	R\$ 6.089,76	R\$ 8.911,68	R\$ 9.481,92	R\$ 10.337,28	R\$ 11.477,76	
Total								R\$ 68.149,92
5% inadimplência								R\$ 3.407,50

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 49 - Fluxo de Recebimento Kit de Higiene & Limpeza

Vendas brutas				Orçamento de fluxo de recebimento mês					
Tipo de pacote	Quantidade	Valor		Jan/Jul	Fev/Ag	Mar/Sete	Abril/Out	Maio/Nov	Junho/Dezem
Básico	1	R\$ 34,90	R\$ 27,92	R\$ 6,98					
Básico	2	R\$ 69,80		R\$ 55,84	R\$ 13,96				
Interm	1	R\$ 113,90			R\$ 91,12	R\$ 56,95			
Interm	2	R\$ 227,80				R\$ 182,24	R\$ 45,56		
Completo	1	R\$ 125,40						R\$ 100,32	R\$ 25,08
Completo	2	R\$ 250,80							R\$ 50,16
Básico e Interm	2	R\$ 148,80	R\$ 119,04	R\$ 29,76					
Básico (2) e Interm	3	R\$ 183,70		R\$ 146,96	R\$ 36,74				
Básic (2)e Compl	3	R\$ 195,20			R\$ 156,16	R\$ 39,04			
Básic e Compl (2)	3	R\$ 285,70				R\$ 228,56	R\$ 57,14		
Interm (1) e Compl	2	R\$ 239,30						R\$ 191,44	R\$ 47,86
Interm e Compl (2)	3	R\$ 364,70							R\$ 72,94
A vista				R\$ 1.422,70	a PRAZO	R\$ 482,17			
Total									
A prazo Jan a Junho				R\$ 6,98	R\$ 13,96	R\$ 56,95	R\$ 45,56	R\$ 25,08	R\$ 50,16
À prazo Julho a Dezembro				R\$ 29,76	R\$ 36,74	R\$ 39,04	R\$ 57,14	R\$ 47,86	R\$ 72,94
Total									R\$ 482,17
5% inadimplência									R\$ 24,11

Fonte: Os Autores, 2018.

Totalizando assim: R\$3.463,50 de possíveis inadimplências.

7.1.5 Demonstrativo de resultados para os próximos 5 anos

Na Tabela 50 pode ser visto o Demonstrativo de Resultados da HyPet para os próximos 5 anos, considerando o regime do simples nacional. Para análise dos demonstrativos de resultado mês a mês de 2019, consultar o Apêndice 3.

Tabela 50 - Demonstrativo de resultados para os próximos 5 anos

Crescimento das despesas		3,2%		3,2%		3,2%		3,2%	
	dez/18	2019	2020	2021	2022	2023			
FATURAMENTO		R\$ 361.851,20	R\$ 746.690,08	R\$ 877.985,84	R\$ 906.081,39	R\$ 924.203,02			
Aliquota efetiva aplicada a Receita Bruta		-R\$ 29.707,98	-R\$ 84.450,65	-R\$ 100.090,39	-R\$ 103.293,28	-R\$ 105.359,14			
IRPJ		0,00%	0,53%	0,53%	0,53%	0,53%			
CSLL		0,00%	0,53%	0,52%	0,52%	0,52%			
COFINS		1,42%	1,56%	1,58%	1,58%	1,58%			
PIS		0,00%	0,38%	0,38%	0,38%	0,38%			
CPP		4,00%	4,47%	4,52%	4,52%	4,52%			
ISS		2,79%	3,84%	3,87%	3,87%	3,87%			
Aliquota total anual(%)		8,21%	11,31%	11,40%	11,40%	11,40%			
RECEITA OPERACIONAL BRUTA		R\$ 332.143,22	R\$ 662.239	R\$ 777.895	R\$ 802.788	R\$ 818.844			
CUSTO DOS SERVIÇOS PRESTADOS		-R\$ 119.727,40	-R\$ 123.558,68	-R\$ 127.512,56	-R\$ 131.592,96	-R\$ 135.803,93			
CUSTOS FIXOS		R\$ 31.554,00	R\$ 32.563,73	R\$ 33.605,77	R\$ 34.681,15	R\$ 35.790,95			
CUSTOS VARIÁVEIS		R\$ 88.173,40	R\$ 90.994,95	R\$ 93.906,79	R\$ 96.911,81	R\$ 100.012,98			
CSP (%)		36%	19%	16%	16%	17%			
LUCRO OPERACIONAL BRUTO		R\$ 212.415,82	R\$ 538.680,76	R\$ 650.382,90	R\$ 671.195,15	R\$ 683.039,94			
Margem bruta (%)		64%	81%	84%	84%	83%			
DESPESAS GERAIS		-R\$ 497.500	-R\$ 522.751	-R\$ 542.164	-R\$ 559.513	-R\$ 577.146			
SALÁRIOS + ENCARGOS		R\$ 213.972,93	R\$ 220.820,06	R\$ 227.886,30	R\$ 235.178,67	R\$ 242.704,38			
DESPESAS DE MARKETING		R\$ 20.100,00	R\$ 20.743,20	R\$ 21.406,98	R\$ 22.092,01	R\$ 22.798,95			
DESPESA COM COMISSÃO DE VENDAS (2,5%)		R\$ 9.046,28	R\$ 18.667,25	R\$ 21.949,65	R\$ 22.652,03	R\$ 23.105,08			
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$ 92.930,04								
VR e VT		R\$ 67.040,64	R\$ 69.185,94	R\$ 71.399,89	R\$ 73.684,69	R\$ 76.042,60			
CONVÊNIO		R\$ 9.598,28	R\$ 9.905,43	R\$ 10.222,40	R\$ 10.549,52	R\$ 10.887,10			
TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO		R\$ 22.920,00	R\$ 23.653,44	R\$ 24.410,35	R\$ 25.191,48	R\$ 25.997,61			
TERCEIRIZAÇÃO		R\$ 101.445,10	R\$ 104.691,35	R\$ 108.041,47	R\$ 111.498,80	R\$ 115.066,76			
LOGÍSTICA		R\$ 30.000,00	R\$ 30.960,00	R\$ 31.950,72	R\$ 32.973,14	R\$ 34.028,28			
EPI		R\$ 1.886,18	R\$ 1.946,54	R\$ 2.008,83	R\$ 2.073,11	R\$ 2.139,45			
OUTRAS RECEITAS/CUSTOS OPERACIONAIS		R\$ 3.934,12	R\$ 4.060,01	R\$ 4.189,93	R\$ 4.324,01	R\$ 4.462,38			
DEPRECIÇÃO		R\$ 17.556,00	R\$ 18.117,79	R\$ 18.697,56	R\$ 19.295,88	R\$ 19.913,35			
Despesas (%)		150%	79%	70%	70%	70%			
LUCRO OPERACIONAL LIQUIDO		-R\$ 285.083,72	R\$ 15.929,74	R\$ 108.218,81	R\$ 111.681,82	R\$ 105.894,00			
RECEITAS FINANCEIRAS		R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -			
LUCRO LIQUIDO DO EXERCÍCIO	-R\$ 92.930	-R\$ 285.083,72	R\$ 15.929,74	R\$ 108.218,81	R\$ 111.681,82	R\$ 105.894,00			
Margem líquida (%)		-86%	2%	14%	14%	13%			

Fonte: Os Autores, 2018.

7.1.6 Estimativa do fluxo de caixa futuro para os próximos 5 anos

O fluxo de caixa foi feito para acompanhar as movimentações financeiras da HyPet. Na Tabela 51 pode ser visualizada a projeção do fluxo de caixa da HyPet para os próximos 5 anos, feita pelo regime de caixa de acordo com as condições de pagamento e recebimento.

Tabela 51 - Fluxo de Caixa

	1	2019	2	2020	3	2021	4	2022		2023
Faturamento	%	R\$ 361.851,20	%	R\$ 746.690,08	%	R\$ 877.985,84	%	R\$ 906.081,39	%	R\$ 924.203,02
Fluxo de caixa										
Saldo inicial		R\$ -		-R\$ 183.116,14		-R\$ 72.097,71		R\$ 131.758,75		R\$ 341.416,56
à vista	80%	R\$ 289.480,96		R\$ 597.352,07		R\$ 702.388,67		R\$ 724.865,11		R\$ 739.362,41
Prazo de 30 dias	20%	R\$ 72.370,24		R\$ 149.338,02		R\$ 175.597,17		R\$ 181.216,28		R\$ 184.840,60
Total de entradas		R\$ 361.851,20		R\$ 746.690,08		R\$ 877.985,84		R\$ 906.081,39		R\$ 924.203,02
Impostos totais	8,21%	R\$ 29.707,98	11,31%	R\$ 84.450,65	11,40%	R\$ 100.090,39	11,40%	R\$ 103.293,28	11,40%	R\$ 105.359,14
Comissão	2,50%	R\$ 9.046,28		R\$ 18.667,25		R\$ 21.949,65		R\$ 22.652,03		R\$ 23.105,08
Pagamento de fornecedores		R\$ 8.713,54		R\$ 9.802,74		R\$ 9.925,27		R\$ 10.964,93		R\$ 12.756,49
Despesas		R\$ 497.499,54		R\$ 522.751,01		R\$ 542.164,09		R\$ 559.513,34		R\$ 577.145,94
Total de saídas		R\$ 544.967,34		R\$ 635.671,65		R\$ 674.129,39		R\$ 696.423,58		R\$ 718.366,65
Saldo operacional		-R\$ 183.116,14		R\$ 111.018,44		R\$ 203.856,45		R\$ 209.657,81		R\$ 205.836,37
Saldo final		-R\$ 183.116,14		-R\$ 72.097,71		R\$ 131.758,75		R\$ 341.416,56		R\$ 547.252,92

Fonte: Os Autores, 2018.

7.1.7 Cálculo e análise dos indicadores de viabilidade financeira

Observando os dados disponíveis nos capítulos anteriores a HyPet apresentará faturamento crescente em seus cinco primeiros anos de atividade, com potencial para crescer cada vez mais ou manter sua posição.

Através dos baixos custos fixos e variáveis, a empresa poderá se aproveitar de tais condições para obter ganhos crescentes de escala, podendo prestar cada vez mais serviços, com menores custos, diluindo ainda mais seus custos fixos.

Como a empresa não possui investimento de terceiros foi considerado para cálculo da taxa de atratividade somente o valor investido pelos sócios de R\$ 100 mil reais, com um prêmio de risco de 7% mais a taxa Selic de 6,4%. Para melhor análise foi calculado nesta etapa o fluxo de caixa descontado e acumulado a fim de realizar uma análise do VPL e TIR e Payback com maior propriedade, segue tabela 52 com a análise da viabilidade da organização:

Tabela 52 – Cálculo de VPL e TIR baseado no fluxo de caixa

Período	TMA (WACC + PR)	dez/18	2019	2020	2021	2022	2023
	13,40%	0	1	2	3	4	5
Fluxo de caixa final		-R\$92.930,04	-R\$ 183.116,14	-R\$ 72.097,71	R\$ 131.758,75	R\$ 341.416,56	R\$ 547.252,92
Fluxo de caixa acumulado			-R\$ 276.046,18	-R\$ 348.143,89	-R\$ 216.385,14	R\$ 125.031,42	R\$ 672.284,34
Fluxo de caixa descontado			R\$ 161.478,08	R\$ 56.065,45	R\$ 90.352,53	R\$ 206.458,31	R\$ 291.825,22
Fluxo de caixa descontado acumulado			R\$ 68.548,04	R\$ 124.613,49	R\$ 214.966,02	R\$ 421.424,32	R\$ 713.249,54
VPL	R\$464.022,56						
TIR	57,63%						

Fonte: Os Autores, 2018.

Considerando a TMA de 13,4%, a HyPet apresentará após 5 anos de atividade 464 mil BRL de VPL, TIR de 57,63%, considerando um investimento pré-operacional de R\$ 100 mil reais, Payback Simples e Payback Descontado de 15 meses e 16 meses, respectivamente, além de um ponto de equilíbrio conquistado após dois meses de atividades.

A HyPet se apresenta uma opção interessante a seus sócios, trazendo retornos consideráveis aos esforços em empreender, tornando o negócio viável e rentável.

7.2 Análise e diagnóstico da viabilidade financeira

Em conjunto com pesquisas de mercado e desenvolvimento do plano financeiro, com embasamento em todo conteúdo acompanhado durante a graduação em Administração, é possível afirmar que a empresa HyPet é viável economicamente, trazendo valores positivos à valores presentes, quando descontados por uma taxa de retorno adequada ao cenário macroeconômico atual.

A empresa permite ganhos de escala, com diluição de seus custos fixos. Conta com baixos custos variáveis, permitindo margem de contribuição mais robustas, vide informações contábeis citadas anteriormente.

As taxas de retorno são satisfatórias aos controladores/sócios da empresa, pois trarão rendimentos superiores aos disponíveis no mercado financeiro (sem considerar o potencial de crescimento da empresa no setor de atuação).

Não existem riscos de financiamento, pois o capital inicial disponibilizado, de um milhão de reais suprirá toda as demandas da Hypet em suas atividades, sem a

necessidade de capital de terceiros (que atenuaria os riscos de alavancagem financeira).

Com base nas informações e argumentos disponíveis anteriormente, é possível concluir que a HyPet é viável economicamente, proporcionando taxas de retorno satisfatórias a seus sócios.

CAPÍTULO 8 – VIABILIDADE DO NEGÓCIO

8.1 Análise SWOT da empresa

O diagnóstico ambiental no qual a empresa estará inserida, tanto na dimensão interna quanto na dimensão externa é o primeiro passo no desenvolvimento da estratégia organizacional e sendo assim é fundamental no alcance dos objetivos organizacionais. A figura 14 contempla as análises dos quadrantes: Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças:

Figura 14 - Análise SWOT

<p>Forças</p>	<p>Fraquezas</p>
<ul style="list-style-type: none"> · Serviço especializado em limpeza de resíduos e desodorização; · Diferenciação dos demais serviços de limpeza e serviços pet; · Relacionamento entre empresa, clientes e parceiros. 	<ul style="list-style-type: none"> · Pouco conhecimento acerca dos serviços prestados e da marca; · Baixa margem no início da operação; · Baixa atratividade no recrutamento e seleção.
<p>Oportunidades</p>	<p>Ameaças</p>
<ul style="list-style-type: none"> · Crescente demanda por produtos/serviços pet no mercado; · Novas tecnologias que auxiliam as operações possibilitando a redução de custos; · Parcerias e alianças estratégicas; · Especialização da mão de obra; · Mercado de nicho ainda não explorado; 	<ul style="list-style-type: none"> · Produtos e serviços substitutos; · Cenário instável no macro ambiente; · Aumento dos tributos e impostos praticados nas operações dos serviços;

Fonte: Os Autores, 2018.

Forças (Strengths): Por meio de um novo conceito de prestação de serviço de limpeza no segmento de PetServ, a HyPet promoverá o conforto e a conveniência para os proprietários de animais de estimação por meio da limpeza, remoção de manchas e pelos e da desodorização. Desta forma, busca diferenciar-se dos demais serviços de limpeza e manter um bom relacionamento entre empresa, clientes e parceiros, principalmente, por conta da qualidade dos serviços prestados.

Fraquezas (Weaknesses): Devido ao fato da empresa ser pioneira na oferta desse serviço há escassez de dados e informações relacionados ao mercado em que ela atuará e como este se organiza. Por conta disto, os primeiros anos de atuação da HyPet serão caracterizados por dificuldade no que tange ao conhecimento do público acerca da marca e dos serviços ofertados, reduzindo assim as margens praticadas.

Oportunidades (Opportunities): Segundo dados da Pet Brasil⁴², o Brasil ocupa a quarta posição no ranking de população de animais de estimação no mundo, contando com 132,4 milhões de pets. Tal população chegou a ocupar em 2016, 0,37% do PIB nacional distribuídos entre Pet Food, Pet Serv, Pet Care e Pet Vet.

É possível ainda mencionar o crescimento acentuado verificado nas últimas duas décadas, pois segundo informações da ABINPET⁴³, em 2014 a indústria de produtos para pets teve um faturamento de R\$ 16,7 bilhões, representando um crescimento de 10% comparado a 2013, quando o valor foi de R\$ 15,2 bilhões. Em 2006, esse número era de R\$ 3,3 bilhões. Todas essas informações justificam o fato da existência de uma série de oportunidades para a HyPet no mercado em que atuará.

Ameaças (Threats): Novos entrantes e/ou produtos que satisfaçam a mesma necessidade atendida pela HyPet por meio da reprodução do mesmo modelo de negócios ou de novas tecnologias.

Mudanças no macro ambiente como alterações nas políticas fiscais que resultem na majoração de tributos e contribuições que possam vir a reduzir as margens praticadas ou mesmo tornar o negócio insustentável.

8.2 Plano de ação

O ponto inicial de abertura de qualquer negócio é o estudo de viabilidade, pois somente com este é possível mensurar as oportunidades que o negócio apresenta e seus riscos e ameaças. A partir da comprovação da viabilidade é possível iniciar os trâmites burocráticos junto aos órgãos específicos com o objetivo de tornar o negócio legal e respeitar as devidas imposições realizadas pelos diversos órgãos competentes.

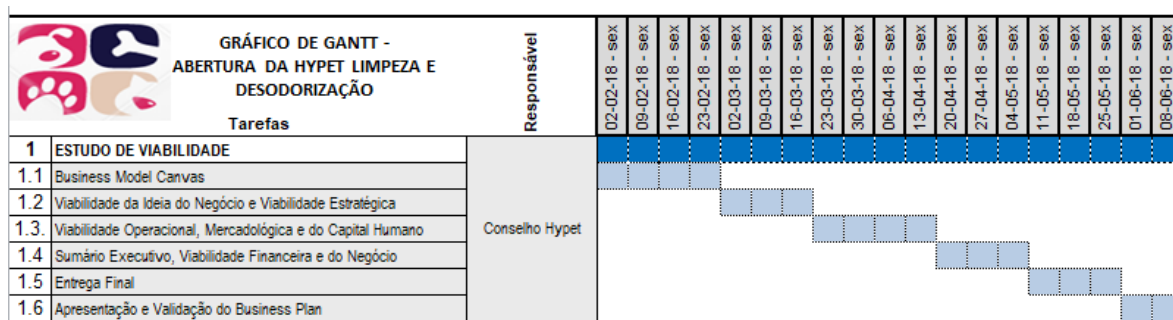
⁴² <http://www.petbrasil.org.br/mercado-brasileiro>

⁴³ <http://abinpet.org.br/site/faq/>

Com base nessa premissa, o plano de ação para consolidar a HyPet como uma empresa de fato, respeitando todas as normas vigentes e possuindo caráter legal obedecer às etapas relacionadas nas figuras e tabelas que serão apresentadas neste tópico do trabalho. As atividades a serem executadas foram divididas em três principais etapas: Estudo da viabilidade, Trâmites Burocráticos e Trâmites Administrativos.

Segundo dados do Relatório Doing Business de 2014⁴⁴ o prazo médio para abertura de uma empresa no Brasil é de 107 dias a depender do ramo de atividade e das normas específicas a serem observadas. Com base em tal estimativa os gráficos de GANTT (15, 16 e 17) que serão expostos esquematizam por datas e períodos de duração de cada etapa o passo-a-passo para consolidação da HyPet enquanto pessoa jurídica.

Gráfico 15 - Estudo de Viabilidade



Fonte: Os Autores, 2018.

Para melhor organizar seu plano de ação, a HyPet definiu o 5W2H como ferramenta de gerenciamento juntamente com o gráfico de Gantt. Deste modo, foi desenvolvido um 5W2H para cada ação que foi ou será tomada pela empresa. As próximas tabelas representam os 5W2H do estudo de viabilidade:

⁴⁴ <http://portugues.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2014>

Tabela 53 - 5W2H Business Model Canvas

1. ESTUDO DE VIABILIDADE				
1.1 Business Model Canvas				
Atividade	Elaborar o Business Model Canvas da empresa.			
Objetivo	Identificar a proposta da HyPet dentro dos nove blocos que compõem o Canvas a fim de conceitualizar o negócio da organização.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Business Model Canvas	Identificar a proposta da HyPet dentro dos blocos que compõem o Canvas a fim de conceitualizar o negócio da organização.	Conselho HyPet	Atividade realizada no período de 02.02.18 até 23.02.18.	STRONG ESAGS
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
O Business Model Canvas foi feito através de três etapas: (1) Estudo e definição da operação da empresa; (2) Definição do que seria relatado em cada bloco do Canvas e (3) Escolha do melhor Canvas a ser incorporado e projetado na Figura 1 do presente trabalho.			Para a realização dessa atividade não houve investimentos financeiros.	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 54 - 5W2H Viabilidade da ideia do negócio e estratégica

1. ESTUDO DE VIABILIDADE				
1.2 Viabilidade da Ideia do Negócio e Viabilidade Estratégica				
Atividade	Definir a viabilidade do negócio e a Viabilidade Estratégica.			
Objetivo	Definir a viabilidade do negócio a partir da avaliação do Business Model Canvas incorporado e definir a viabilidade estratégica através das pesquisas de mercado e de campo realizadas no capítulo 3.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Análise da viabilidade do negócio e da viabilidade estratégica.	Consolidar através do Canvas e das pesquisas realizadas a oportunidade de mercado para a organização.	Conselho HyPet	Atividade realizada no período de 02.03.18 até 16.03.18.	STRONG ESAGS
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
Essa atividade foi realizada a partir da análise de todos os dados coletados do Canvas que mostraram a oportunidade de mercado da HyPet e do capítulo 3, que contemplaram: o estudo do mercado-alvo e dos clientes; a análise do ambiente por meio das cinco forças de Porter; uma pesquisa de campo realizada com 70 respondentes e a delimitação da estratégia organizacional da empresa, que apresentaram a viabilidade estratégica do negócio proposto no Canvas.			Para a realização dessa atividade não houve investimentos financeiros.	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 55 - 5W2H Viabilidades Operacional, Mercadológica e do Capital Humano

1. ESTUDO DE VIABILIDADE				
1.3 Viabilidade Operacional, Viabilidade Mercadológica e Viabilidade do Capital Humano				
Atividade	Definir a viabilidade operacional, mercadológica e do capital humano.			
Objetivo	Com base nos dados até então obtidos com as pesquisas e o Canvas do negócio, definir a viabilidade operacional, mercadológica e do capital humano a fim de atender as expectativas quanto ao público-alvo e o mercado identificadas no capítulo 3.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Análise da viabilidade operacional, mercadológica e do capital humano.	Consolidar, a partir dos dados coletados no capítulo 3, a viabilidade do negócio no que diz respeito às três áreas citadas no objetivo desta atividade.	Conselho HyPet	Atividade realizada no período de 23.03.18 até 13.04.18.	STRONG ESAGS
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
Essa atividade foi realizada com base nos estudos relatados no Capítulo 3 de viabilidade estratégica. A partir desses dados foi possível definir a viabilidade operacional, mercadológica e do capital humano de modo a estarem alinhadas àquilo que foi identificado como oportunidade e solução no capítulo 3.			<i>Viabilidade Operacional:</i> R\$250.148,65 <i>Viabilidade Mercadológica:</i> R\$20.100,00 <i>Viabilidade do Capital Humano:</i> R\$301.431,58 Total: R\$ 571.590,23	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 56 - 5W2H Sumário Executivo, Viabilidade Financeira e do Negócio

1. ESTUDO DE VIABILIDADE				
1.4 Sumário Executivo, Viabilidade Financeira e Viabilidade do Negócio				
Atividade	Elaborar o sumário executivo, definir a viabilidade financeira e do negócio.			
Objetivo	Fornecer informações e detalhes que podem despertar o interesse do leitor através do sumário executivo, definir a viabilidade financeira através do alinhamento de todos os dados das viabilidades já definidas e analisadas anteriormente e a viabilidade do negócio como fechamento do trabalho.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Sumário executivo e análise da viabilidade financeira e do negócio.	Elaborar o sumário permitindo uma avaliação rápida da empresa e de seus planos e consolidar todas as informações vistas nas viabilidades dos 5W2H anteriores.	Conselho HyPet	Atividade realizada no período de 20.04.18 até 04.05.18	STRONG ESAGS
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
A elaboração do sumário executivo foi feita para conduzir o entendimento do plano de negócios e do que o leitor encontraria nele, visto que é como se fosse um resumo da organização. Com base nos dados anteriores, foi feita a análise da viabilidade financeira levando em consideração todos os gastos gerados nas viabilidades anteriores e, por fim, foi feita a análise da viabilidade do negócio a partir da análise SWOT, da elaboração de um plano de ação e da conclusão final da viabilidade do negócio da HyPet.			Viabilidade Financeira: Engloba os custos já calculados nas viabilidades anteriores, com o incremento dos cálculos de fluxo de caixa, receita, entre outros, realizados nesta etapa do trabalho.	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 57 - 5W2H Entrega Final

1. ESTUDO DE VIABILIDADE				
1.5 Entrega Final				
Atividade	Realizar a entrega final do estudo de viabilidade.			
Objetivo	Entregar o trabalho para que sejam realizadas as análises e observações necessárias antes do dia de apresentação e validação do plano de negócios.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Entrega do trabalho final.	Identificar pontos a serem melhorados ou mudados através de orientação pedagógica antes da apresentação final e validação do business plan.	Conselho HyPet	Atividade realizada no período de 11.05.18 até 25.05.18.	STRONG ESAGS
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
Será feita a junção de todas as viabilidades, seus estudos e confirmações de oportunidade no mercado para que a entrega final seja feita ao professor orientador Eduardo Vilas Boas, que fará as análises necessárias para que a apresentação final e a validação do plano de negócios possam acontecer como último passo do estudo de viabilidade.			Para a realização dessa atividade não houve investimentos financeiros.	

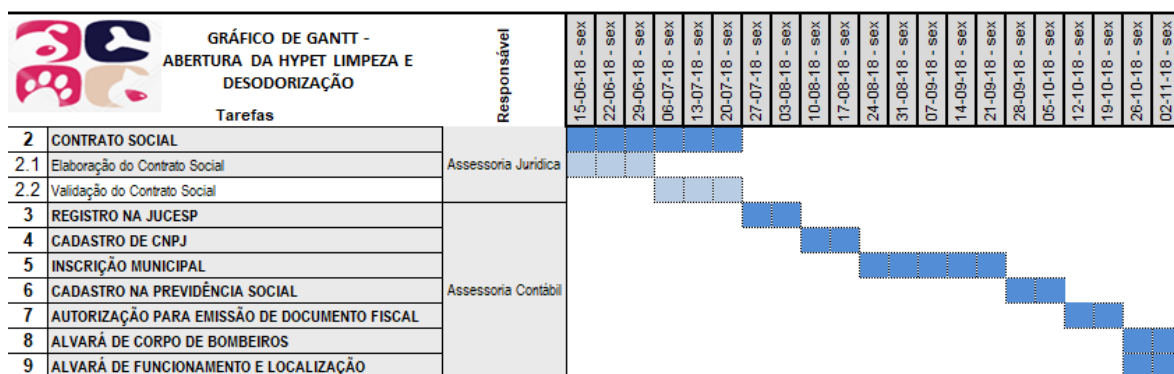
Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 58 - 5W2H Apresentação Final e Validação do Business Plan

1. ESTUDO DE VIABILIDADE				
1.6 Apresentação Final e Validação do Business Plan				
Atividade	Apresentar o projeto e validar o Business Plan.			
Objetivo	Fazer a apresentação oral do projeto elaborado e a partir dessa apresentação adquirir a validação do plano de negócios necessária para começar a criação real da empresa.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Apresentação oral do projeto	Iniciar os trâmites burocráticos e administrativos para consolidar a HyPet como uma empresa de fato.	Conselho HyPet	Atividade realizada no período de 01.06.18 até 08.06.18.	STRONG ESAGS
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
O Conselho da HyPet comparecerá na Strong Esags a fim de realizar a apresentação final de seu projeto para investidores e avaliadores em uma banca e para outros conselhos e empreendedores que lá estão presentes a fim de apresentar seus projetos também. A partir dessa apresentação o conselho obterá respostas a respeito de tudo o que foi estudado para que, a partir da validação do mesmo, possa dar início aos trâmites burocráticos e administrativos para fazer da HyPet uma empresa no mercado.			Para a realização dessa atividade não houve investimentos financeiros.	

Fonte: Os Autores, 2018.

Gráfico 16 - Trâmites Burocráticos



Fonte: Os Autores, 2018.

As próximas tabelas representam os 5W2H referentes aos trâmites burocráticos presentes no gráfico de Gantt. A partir da análise realizada, a HyPet estima que gastará em torno de R\$2.500,00 a R\$3.000,00 para estar apta para funcionar de acordo com as leis e os trâmites burocráticos.

Tabela 59 - 5W2H Contrato Social

2. CONTRATO SOCIAL				
2.1 Elaboração do Contrato Social				
Atividade	Elaborar o contrato social da HyPet			
Objetivo	Definir as quotas de participação de cada sócio e a função de administrador bem como a forma de remuneração do capital próprio, seja em formato de pró-labore ou distribuição de lucros.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Contrato Social	Atingir os objetivos citados para esta atividade.	Assessoria Jurídica	Atividade será realizada no período de 15.06.18 até 20.07.18.	JUCESP
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
O conselho da HyPet contratará uma assessoria jurídica (advogado) para elaboração de seu contrato social.			-	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 60 - 5W2H Validação do Contrato Social

2. CONTRATO SOCIAL				
2.2 Validação do Contrato Social				
Atividade	Validar o contrato social.			
Objetivo	Validar o contrato social através de uma análise final por parte da assessoria jurídica.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Validação do contrato social.	Garantir que o que foi definido na elaboração do contrato social está de acordo com o que todos os envolvidos esperam.	Assessoria Jurídica.	Atividade será realizada no período de 06.07.18 até 20.07.18.	JUCESP/Sede da HyPet (reunião).
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
A validação do contrato social será feita através de uma reunião entre o conselho da HyPet e a assessoria jurídica para definir se todas as partes estão de acordo e alinhadas para enfim validar o contrato.			-	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 61 - 5W2H Registro na JUCESP

3. REGISTRO NA JUCESP				
Atividade	Registrar a HyPet na JUCESP.			
Objetivo	Iniciar o trâmite legal para regularização da empresa.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Registro da empresa na JUCESP.	Iniciar o trâmite legal para regularização da empresa.	Assessoria Contábil.	Atividade será realizada no período de 27.07.18 até 03.08.18.	JUCESP
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
Munidos do Contrato Social e dos demais documentos dos sócios será possível realizar o registro da empresa na Junta Comercial do Estado de São Paulo e com isso dar início aos trâmites burocráticos para regularização da empresa.			-	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 62 - 5W2H Registro de CNPJ

4. REGISTRO DE CNPJ				
Atividade	Fazer o cadastro de CNPJ.			
Objetivo	Iniciar o processo de personificação jurídica da pessoa que ocorre somente após o registro na Junta Comercial do estado.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Personificação jurídica da pessoa.	Regularizar a empresa junto à Receita Federal do Brasil.	Assessoria Contábil.	Atividade será realizada no período de 10.08.18 até 17.08.18.	Receita Federal.
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
Após o registro na junta comercial, será feito o cadastro do CNPJ da empresa para que ela possa estar regularizada junto à Receita Federal do Brasil.			-	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 63 - 5W2H Inscrição Municipal

5. INSCRIÇÃO MUNICIPAL				
Atividade	Fazer a inscrição municipal da empresa.			
Objetivo	Possuir uma inscrição junto ao município em que atuará e requerer o Cadastro de Contribuintes Mobiliários (CCM).			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Inscrição municipal.	Ter um número de identificação no cadastro tributário municipal que permitirá com que o poder público fiscalize e monitore o pagamento de tributos.	Assessoria Contábil.	Atividade realizada no período de 24.08.18 até 21.09.18.	Prefeitura de Santo André.
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
A assessoria solicitará o cadastro de inscrição municipal no qual será avaliado pela prefeitura através da entrega de alguns documentos como o contrato social, o CNPJ, documentos dos sócios, etc.			-	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 64 - 5W2H Cadastro na Previdência Social

6. CADASTRO NA PREVIDÊNCIA SOCIAL				
Atividade	Fazer o cadastro na previdência social.			
Objetivo	Estar em consonância com as obrigações sociais inerentes à organização.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Cadastro na previdência social.	Estar em consonância com as obrigações sociais inerentes à organização e para recolhimento das contribuições devidas.	Assessoria Contábil.	Atividade realizada no período de 28.09.18 até 05.10.18.	Receita Federal.
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
A assessoria solicitará o cadastro na previdência social para a Receita Federal e a partir da entrega de alguns documentos obterá o cadastro para enfim alcançar os objetivos desta atividade.			-	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 65 - 5W2H Autorização para emissão de documento fiscal

7. AUTORIZAÇÃO PARA EMISSÃO DE DOCUMENTO FISCAL				
Atividade	Solicitar autorização para emissão de documento fiscal.			
Objetivo	Obter autorização para emissão de documento fiscal.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Solicitação de autorização para emitir documentos fiscais.	Dar início nas vendas dos pacotes de serviço oferecidos pela organização.	Assessoria Contábil.	Atividade realizada no período de 12.10.18 até 19.10.18.	Secretaria Municipal da Fazenda.
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
Será solicitada a permissão para emissão dos documentos fiscais junto a Secretaria Municipal da Fazenda para que seja possível dar início nas vendas dos pacotes de serviço da HyPet.			-	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 66 - 5W2H Alvará do Corpo de Bombeiros

8. ALVARÁ DO CORPO DE BOMBEIROS				
Atividade	Solicitar alvará do corpo de bombeiros.			
Objetivo	Obter o alvará do corpo de bombeiros.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Solicitação do alvará do corpo de bombeiros.	Garantir a edificação um nível ótimo de proteção no segmento de segurança contra incêndios e pânico.	Assessoria Contábil.	Atividade realizada no período de 26.10.18 até 02.11.18.	CBPMESP (Corpo de Bombeiros da Polícia Militar do Estado de São Paulo).
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
Será solicitado o alvará do corpo de bombeiros, que irá até o local para realizar vistorias e certificar se a edificação possui as condições de segurança contra incêndio. Deste modo, a HyPet se submeterá à fiscalização e vistorias periódicas para conseguir emitir o alvará e posteriormente conseguir mantê-lo com renovações.			-	

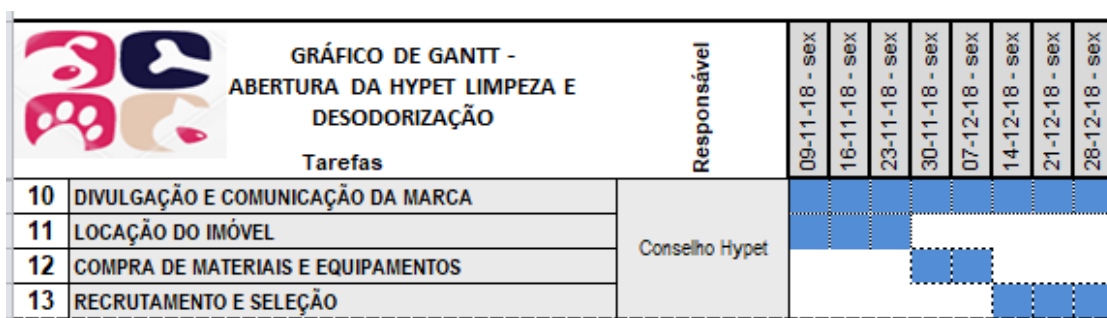
Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 67 - 5W2H Alvará de Funcionamento e Localização

9. ALVARÁ DE FUNCIONAMENTO E LOCALIZAÇÃO				
Atividade	Solicitar alvará de funcionamento e localização.			
Objetivo	Obter o alvará de funcionamento e localização.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Solicitação do alvará de funcionamento e localização.	Obter a autorização final que permitirá com que a HyPet abra as portas de seu negócio.	Assessoria Contábil.	Atividade realizada no período de 26.10.18 até 02.11.18.	Prefeitura de Santo André.
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
A assessoria fará uma consulta prévia na prefeitura de Santo André a fim de verificar se a atividade empresarial escolhida pela HyPet poderá ser executada no local em que pretende ser instalada e logo após, irá até a prefeitura para fazer a comprovação de que a organização reúne todas as condições exigidas por lei para exercer suas atividades.			-	

Fonte: Os Autores, 2018.

Gráfico 17 - Trâmites Administrativos



Fonte: Os Autores, 2018.

As próximas tabelas representam os 5W2H dos trâmites administrativos que serão realizados pela HyPet após a autorização obtida legalmente para começar a realizar suas atividades.

Tabela 68 - 5W2H Divulgação e Comunicação da Marca

10. DIVULGAÇÃO E COMUNICAÇÃO DA MARCA				
Atividade	Promover a marca junto às redes sociais e parcerias.			
Objetivo	Prospectar potenciais clientes.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Divulgação e comunicação da marca.	Prospectar potenciais clientes para a organização até mesmo antes de iniciar suas atividades.	Conselho HyPet	Atividade será realizada no período de 09.11.18 até 28.12.18.	Sede da HyPet/Internet/Outros estabelecimentos (parceiros).
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
A HyPet iniciará sua divulgação através de seu site, da distribuição de flyers e folders nos estabelecimentos parceiros, das vendas porta a porta e de anúncios no facebook e google.			Por volta de R\$1.000,00 (Com base nos dados estipulados da estimativa de gastos do capítulo de viabilidade mercadológica).	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 69 - 5W2H Locação do Imóvel

11. LOCAÇÃO DO IMÓVEL				
Atividade	Definir a locação do imóvel.			
Objetivo	Realizar as cotações necessárias para definição da melhor instalação possível na região estrategicamente estabelecida.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Realização de análises, cotações e estudos para definir o local do imóvel.	Garantir que a localização do imóvel é a melhor possível de acordo com o que fora estabelecido nas estratégias organizacionais.	Conselho HyPet	Atividade será realizada no período de 09.11.18 até 23.11.18.	Sede da HyPet/Local do imóvel.
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
Serão feitas análises a respeito do local escolhido para estabelecer sua viabilidade, que envolverão aspectos internos e externos à organização.			Para a realização dessa atividade não houve investimentos financeiros.	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 70 - 5W2H Compra de Materiais e Equipamentos

12. COMPRA DE MATERIAIS E EQUIPAMENTOS				
Atividade	Realizar a compra dos materiais, equipamentos e demais utensílios.			
Objetivo	Começar a executar as atividades da organização a partir da compra de materiais e equipamentos necessários.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Compra de materiais e equipamentos.	Dar início às atividades da organização com a posse de todo o material necessário para tal.	Conselho HyPet	Atividade será realizada no período de 30.11.18 até 07.12.18.	Fornecedores/Internet
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
As compras serão realizadas através de encomendas nos sites dos fornecedores citados no capítulo 4 de viabilidade operacional ou da ida até as lojas para efetuar a compra.			R\$ 273.018,29 (De acordo com o estipulado na estimativa de gastos do capítulo de viabilidade operacional).	

Fonte: Os Autores, 2018.

Tabela 71 - 5W2H Recrutamento e Seleção

13. RECRUTAMENTO E SELEÇÃO				
Atividade	Fazer os processos de recrutamento e seleção para captação de recursos humanos no mercado.			
Objetivo	Compor o quadro de colaboradores da empresa de acordo com os perfis pré-estabelecidos e as condições de contratação estabelecidas no estudo de viabilidade do capital humano.			
What (O que será feito?)	Why (Por que será feito?)	Who (Por quem será feito?)	When (Quando será feito?)	Where (Onde será feito?)
Recrutamento e Seleção.	Compor o quadro de colaboradores da HyPet.	Conselho HyPet	Atividade realizada no período de 14.12.18 até 28.12.18.	Sede da HyPet
How (Como será feito?)			How Much (Quanto custará?)	
Serão realizados processos de recrutamento e seleção no período citado, que ocorrerão da forma que fora estabelecida no capítulo de viabilidade do capital humano a fim de fazer a contratação assertiva do pessoal capacitado para trabalhar na organização.			Para a realização dessas atividades não houve investimentos financeiros.	

Fonte: Os Autores, 2018.

8.3 Considerações finais sobre o negócio

Por meio do plano de negócios desenvolvido foi identificado que a HyPet se apresenta como uma oportunidade atrativa de investimento, posto que o cenário onde a organização se situará apresenta uma tendência de crescimento no médio a longo prazo conforme diagnosticado no estudo do mercado-alvo presente no capítulo três.

De acordo com a pesquisa de campo desenvolvida em março de 2018 (item 3.4) com o público-alvo da HyPet, foi possível, por intermédio de dados socioeconômicos e demográficos, consolidar as informações que corroboraram a viabilidade mercadológica junto ao público consumidor já observada no capítulo três.

Além da favorável receptividade mensurada, observou-se uma proximidade entre o preço justo para o cliente e o preço praticado pela organização, levando em consideração que a pesquisa se restringiu ao público-alvo da HyPet, isto é, moradores da região do Grande ABC que possuem animais de estimação.

Tendo em vista todas as exigências do negócio apresentadas no presente trabalho, a HyPet oferecerá aos seus clientes serviços com valor agregado através da limpeza especializada de resíduos, remoção de pelos e desodorização, sendo que estes serviços não são observados no mercado atual cuja demanda não é atendida.

Além disso, a HyPet possuirá, deste modo, o principal objetivo de promover o bem-estar não somente do animal, mas também do dono, provendo comodidade, segurança e eficiência no serviço prestado.

Após as diversas análises realizadas foi possível identificar que a proposta de negócio apresentada pela HyPet possui viabilidade estratégica, operacional, mercadológica, do capital humano como também a viabilidade financeira. Sob essa perspectiva conclui-se que o referido business plan é viável, rentável e lucrativo.

REFERÊNCIAS

DUTRA, J. S. Gestão de pessoas: modelos, processos, tendências e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2011.

GITMAN, L. J.: Princípios de Administração Financeira. 12 ed. São Paulo: Harbra, 2010.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. Mapas Estratégicos - Balanced Scorecard: Convertendo Ativos Intangíveis em Resultados Tangíveis. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G., Princípios de Marketing. Ed. São Paulo: Pearson, 1996.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

KRAJEWSKI, L.; RITZMAN, L.; MALHOTRA, M. Administração da Produção e Operações. 8. ed. São Paulo: Pearson, 2009.

PORTER, M. E. Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SCHEIN, E. H. Cultura organizacional e liderança. Tradução: Aílton Bomfim Brandão. São Paulo: Atlas, 2009.

SEBRAE. Como elaborar um plano de negócios. Brasília: Sebrae MG, 2013. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Comoelaborar-um-plano-de-neg%C3%B3cio>

APÊNDICES

Apêndice 1 – Currículos sócios

André Fernandes Pimenta

Brasileiro, Solteiro, 22 anos

Av. Industrial, 1455 – Santo André, SP

Telefone: (11) 3344-5566 Celular: (11)97788-9900

FORMAÇÃO

- Bacharelado em Administração de Empresas. STRONG ESAGS - FGV Santo André, conclusão prevista para 2018.
- Curso Técnico em Administração de Empresas. ETEC de Ribeirão Pires. Concluído em dezembro de 2013.

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- 2015 - Presente – Vidalink do Brasil S.A
Cargo: Assistente Financeiro Júnior em Faturamento
Principais atividades: Geração de notas fiscais de serviço e de notas de débito, atualização e cadastro de clientes no sistema, contato com empresas de diferentes ramos de atividade, geração de lote RPS, GPS.
- 11/09/2014 - 17/03/2015 – Fundação Universidade Federal do ABC.
Cargo: Estágio em Administração
Principais atividades: Seleção e cadastro dos documentos da Pró-Reitoria de Pós-graduação e das Coordenações. Confecção de documentos (CIs, Portarias, Ofícios, Atas e outros) para assinatura das Coordenações. Elaboração de planilhas em Excel e Access.

QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

- Pacote Office Intermediário (Word - Avançado, Excel - Intermediário, PowerPoint - Avançado, Access – Básico, Outlook - Avançado)

Andressa Coutinho da Silva

Brasileira, Solteira, 21 anos

Av. Industrial, 1455 – Santo André, SP

Telefone: (11) 3344-5566 Celular: (11)97788-9900

FORMAÇÃO

- Bacharelado em Administração de Empresas. STRONG ESAGS - FGV Santo André, conclusão prevista para 2018.
- Curso Técnico em Administração de Empresas. ETEC de Mauá, conclusão em 2014.
- Curso Técnico em Contabilidade. Colégio Barão de Mauá, conclusão em 2013.
- Ensino Médio Completo. E.E. João Paulo II, conclusão em 2013.

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- 2018-Presente – Companhia Paulista de Trens Metropolitanos – CPTM.
Cargo: Estágio em Administração.
Principais atividades: Auxiliar nas atividades operacionais do departamento na atualização de certidões; separa documentos para clientes; Arquivamento de documentação e processos; conferência de relatórios; auxiliar na verificação de contratos; na redação de cartas de informações aos clientes e no planejamento de comunicação com cliente.
- 12/01/2015-12/01/2017 – Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos de São Paulo – EMTU.
Cargo: Estágio em Departamento Pessoal
Principais atividades: Realizar lançamento de dados referentes folha de pagamento; Atualização de carteira de trabalho e previdência social; Lançamentos de admissões de empregados e estagiários no Sistema Corporativo; Emitir documentação e registro de empregados referente à admissões, demissões e férias; Auxiliar na administração do controle de frequência.

QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

- Inglês – Intermediário (Excellent Global Mauá, conclusão em 2019).
- Espanhol – Intermediário (Wizard Language Mauá, conclusão em 2019).
- Curso de Informática (All Net – Professional Training Unit – 2012).

Argos Augusto Miranda Venâncio

Brasileiro, solteiro, 22 anos.

Av. Industrial, 1455 – Santo André, SP

Telefone: (11) 3344-5566 Celular: (11)97788-9900

FORMAÇÃO

- Graduação em Administração – Strong Esags – FGV, conclusão prevista para 2018.
- Técnico em Administração – ETEC de Ribeirão Pires, conclusão em 2013.

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- Jun/2017 – Presente - Santander Brasil

Cargo: Estagiário

Atuação em áreas de riscos de mercado e cálculo de resultados da Tesouraria.

- Nov/2015 – Jun/2017 - Saint Paul Escola de Negócios

Cargo: Estagiário

Atuação em Marketing estratégico, em mídias sociais, organização de eventos corporativos, formaturas, palestras, transmissões ao vivo. Auxílio na gestão do dia a dia do setor, acompanhando clientes e fazendo ações voltadas a prospecção dentro de universidades e empresas parceiras. Criação de relatórios de mídias sociais, assessoria de imprensa. Processamento de dados para criação de perfis de alunos para a brochura anual da empresa a ser veiculada para os clientes e prospects. Alto volume de negociação com empresas fornecedoras de brindes corporativos, materiais de escritório para empresa e etc.

- Jan/2015 – Nov/2015 - Strong Esags – FGV

Cargo: Estagiário

Atuação como Recepcionista da secretaria acadêmica, sempre em contato com o cliente final da empresa, os alunos. Atuação, também, em BackOffice com organização de arquivos e históricos, atualização de planilhas, alteração de bancos de dados.

QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

- Saint Paul Escola de Negócios (2016)

Investment Banking + Investment Banking – Avançado (168 horas);

Mercado Financeiro: *Operador/Banker* (88 horas);

Valuation: ações, fusões e aquisições + Análise de Demonstrativos Financeiro e da

Performance empresarial (40 horas);

- FGV Cademp (2015)
Negociação (24 horas);
Microsoft Excel (24 horas);
- Conhecimento avançado no Microsoft Office: Word/Excel/Power Point.
- Conhecimento avançado na Língua Inglesa.

Pâmela da Silva Mendes

Brasileira, Solteira, 26 anos

Av. Industrial, 1455 – Santo André, SP

Telefone: (11) 3344-5566 Celular: (11)97788-9900

FORMAÇÃO

- Bacharelado em Administração de Empresas. STRONG ESAGS - FGV Santo André, conclusão prevista para 2018.

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- 2018-Presente – Mercedes-Benz do Brasil
Cargo: Estágio em Operacionalização de Serviços
Principais atividades: Abertura de novas contas PF e PJ; Cadastro de e-mails; Gerenciamento de contrato de telemetria; Fechamento de incidências do call Center; Ativação, bloqueio e suspensão de veículos; Geração de números de contrato; Apoio a análise de precificação e criação de novos contratos de manutenção.
- 02/02/2016-02/02/2017 – Bemis Latim America
Cargo: Estágio no Planejamento e Controle de Produção
Principais atividades: Controle geral de carteira de pedidos; Previsão diária de recebimento; Planejamento mensal de materiais; Follow up com os fornecedores; Controle de materiais importados e nacionais; Emissão de memorandos de descarga de caminhão; Abertura de requisições; Programação de cargas.
- 05/03/2015 -31/07/2015 – Sky Corte Laser
Cargo: Auxiliar de Coordenação
Principais atividades: Atendimento aos clientes; Gerenciamento de planilha de comissão; Fechamento de orçamentos; Arquivamento de documentos; Cadastro de cliente; Emissão de pedidos internos; Emissão de ordem de produção; Controle de materiais de escritório e cobrança de títulos protestados.
- 03/12/2012-14/06/2014 – Blitz Indústria e Comércio de Plástico LTDA
Cargo Inicial: Auxiliar Administrativo Cargo Final: Auxiliar Financeiro
Principais atividades: Emissão de notas fiscais de saída; Entrada de notas de serviço; Envios de arquivos XML; Carta de correção; Controle de planilhas - Entrada e Retorno de remessas de embalagens; Emissão de Guias – PIS, COFINS, INSS, IRPF, IRPJ e ISS; Conferência de documentações contábeis; Conferência e Controle dos Arquivos Eletrônicos (XML) de todas as Notas Fiscais de Entrada.

QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

- Centro de Ensino FISK - Inglês - 1º Módulo: Breaking Free (Concluído).
- SENAC Santo André - Assistente Fiscal – Carga horária de 30 h (Concluído) Noções das legislações tributárias e Regime tributário Federal.
- SENAC Santo André - Assistente Fiscal – Carga horária de 30 h (Concluído) Noções das legislações tributárias e Regime tributário Federal.
- Escrituração Fiscal - Carga horária de 30 h (Concluído). Noções do STN, Emissão de Notas Fiscais, Livros Fiscais; Guia de Apuração de Impostos do IPI e ICMS.
- CNA - Auxiliar Administrativo (Concluído). Módulos: Administração, Recursos Humanos, DP, Contabilidade e Escrita Fiscal.
- CNA – Informática (Concluído). Módulos: Word, Access, Excel, Power Point, Windows e HTML.

Taynara Costa da Rocha

Brasileira, solteira, 22 anos

Av. Industrial, 1455 – Santo André, SP

Telefone: (11) 3344-5566 Celular: (11)97788-9900

FORMAÇÃO

- Bacharelado em Administração de Empresas. STRONG ESAGS - FGV Santo André, conclusão prevista para 2018.
- Ensino Médio Completo. E.E. Profª Ondina Rivera Miranda Cintra, conclusão em 2012.

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- 2018-Presente – Dental Plus Convênio Odontológico LTDA
Cargo: Desenvolvedor de Projetos
Principais atividades: Prestar suporte no desenvolvimento e acompanhamento de projetos; auxiliar na melhoria das ações de marketing e marketing digital; auxiliar nas funções e rotinas administrativas; auxiliar em demais rotinas da área.
- 2015-2017 – Red Balloon
Cargo: Técnico de Ensino
Principais atividades: Ministrar, elaborar e planejar aulas de inglês.
- 2014-2015 – Skill Idiomas
Cargo: Instrutor de Ensino
Principais atividades: Ministrar, elaborar e planejar aulas de inglês. Responsável também pela elaboração de planilhas para controle dos processos e criação de documentos utilizados para decoração, cartas, etiquetas, etc.
- 2012-2014 – Enjoy Inglês Profissionalizante
Cargo: Auxiliar de Coordenação
Principais atividades: Ministrar, elaborar e planejar aulas de inglês e informática. Responsável também pela elaboração de planilhas para controle dos processos e atividades e criação de documentos utilizados no dia a dia da empresa.

QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

- Inglês – Fluente (Enjoy Inglês Profissionalizante e Cultura Inglesa – 5 anos).
- Curso de Informática – Pacote Office (Avançado), Photoshop, Corel Draw, DreamWeaver, FlashMedia (Enjoy Inglês Profissionalizante – 2012).
- Curso de Gestão Empresarial (IBFE – 2011).
- Curso de Informática – Pacote Office & Inglês e Espanhol – Básico (Microcamp – 2009).

Apêndice 2 - Figura 15 - Pesquisa de Mercado

HyPet - Limpeza de resíduos e desodorização (TCC)

Por favor responda o formulário de acordo com a sua realidade a fim de nos auxiliar a ter uma base de dados assertiva para o desenvolvimento do nosso trabalho. Desde já agradecemos pela colaboração.

Qual o seu sexo?

- Feminino
- Masculino

Em que ano você nasceu?

Texto de resposta curta

Onde você mora? *

- Casa
- Apartamento
- Chácara
- Outros...

Você possui animais de estimação? Quantos? *

- Nenhum
- Um
- Dois
- Três ou mais

Atualmente quem faz a higienização do ambiente em que seu pet vive? *

- Diarista
- Você
- Sua mãe
- Empresa especializada
- Outros...

Atualmente você enfrenta algum tipo de problema com a limpeza do local que seu pet vive? Comente. *

Texto de resposta curta

Qual é sua faixa mensal de gastos com a limpeza do ambiente do seu pet? (Material de limpeza, areia higiênica granulada, desodorizadores, etc) *

- Não possuo gastos com a limpeza do ambiente de pets
- Abaixo de R\$30,00
- Entre R\$31,00 e R\$60,00
- Entre R\$61,00 e R\$90,00
- Entre R\$91,00 e R\$120,00
- Acima de R\$121,00

Quanto você acha que seria um valor justo para o serviço de limpeza e desodorização semanal do ambiente que seu pet habita? *

- Entre R\$50,00 e R\$60,00
- Entre R\$61,00 e R\$70,00
- Entre R\$71,00 e R\$80,00
- Entre R\$81,00 e R\$90,00
- Entre R\$91,00 e R\$100,00

Se houvesse um serviço especializado em limpeza de resíduos, pelos e desodorização do ambiente que seu animal utiliza, com o objetivo de garantir um ambiente saudável, limpo e desodorizado para o seu pet e sua família visando uma maior qualidade de vida para todos, você contrataria? *

Sim

Não

Com que frequência? *

Uma vez por semana

Uma vez por mês

Uma vez a cada dois meses

Nenhuma

Por qual(is) motivo(s) você não utilizaria esse tipo de serviço? *

Preço

Falta de tempo

Falta de credibilidade da empresa

Nenhum

Outros...

Fonte: Os Autores, 2018.

Apêndice 3 - Tabela 72 - DRE de 2019 (mês a mês)

ANO 2019														
DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Anual	
FATURAMENTO	R\$ 2.886,10	R\$ 4.346,60	R\$ 10.121,90	R\$ 17.392,60	R\$ 20.141,40	R\$ 27.394,80	R\$ 34.449,60	R\$ 32.583,70	R\$ 47.355,20	R\$ 50.296,90	R\$ 54.527,30	R\$ 60.355,10	R\$ 361.851,20	
SIMPLES NACIONAL - 16%	-R\$ 173	-R\$ 261	-R\$ 607	-R\$ 1.044	-R\$ 1.208	-R\$ 1.644	-R\$ 2.067	-R\$ 1.955	-R\$ 2.841	-R\$ 3.018	-R\$ 3.272	-R\$ 3.621	-R\$ 21.711	
<i>Aliquota (%)</i>	0,68%	0,68%	0,68%	0,68%	0,68%	0,68%	0,68%	0,69%	0,69%	0,69%	0,69%	0,69%	8,21%	
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 2.713	R\$ 4.086	R\$ 9.515	R\$ 16.349	R\$ 18.933	R\$ 25.751	R\$ 32.383	R\$ 30.629	R\$ 44.514	R\$ 47.279	R\$ 51.256	R\$ 56.734	R\$ 332.143	
CUSTO DOS SERVIÇOS PRESTADOS	-R\$ 3.005	-R\$ 3.089,62	-R\$ 6.031,16	-R\$ 6.719,84	-R\$ 6.888,22	-R\$ 7.309,16	-R\$ 13.513,84	-R\$ 12.840,33	-R\$ 13.697,38	-R\$ 12.254,28	-R\$ 14.118,33	-R\$ 14.455,08	-R\$ 119.727,40	
CUSTOS FIXOS MENSAIS	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00	
CUSTOS VARIÁVEIS MENSAIS	R\$ 2.505,43	R\$ 2.589,62	R\$ 5.531,16	R\$ 6.219,84	R\$ 6.388,22	R\$ 6.809,16	R\$ 13.013,84	R\$ 12.340,33	R\$ 13.197,38	R\$ 11.754,28	R\$ 13.618,33	R\$ 13.955,08	R\$ 107.922,68	
<i>CSP (%)</i>	111%	76%	63%	41%	36%	28%	42%	42%	31%	26%	28%	25%		
LUCRO OPERACIONAL BRUTO	-R\$ 292	R\$ 996,18	R\$ 3.483,42	R\$ 9.629,20	R\$ 12.044,70	R\$ 18.441,95	R\$ 18.868,79	R\$ 17.788,35	R\$ 30.816,50	R\$ 35.024,81	R\$ 37.137,33	R\$ 42.278,71	R\$ 212.415,82	
<i>Margem bruta (%)</i>	-11%	24%	37%	59%	64%	72%	58%	58%	69%	74%	72%	75%		
DESPESAS GERAIS	-R\$ 58.243,00	-R\$ 65.231,56	-R\$ 60.569,00	-R\$ 60.569,00	-R\$ 60.569,00	-R\$ 60.569,00	-R\$ 60.569,00	-R\$ 60.569,00	-R\$ 60.569,00	-R\$ 60.569,00	-R\$ 60.569,00	-R\$ 60.569,00	-R\$ 497.499,54	
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	R\$ 17.831,08	R\$ 17.831,08	R\$ 17.831,08	R\$ 17.831,08	R\$ 17.831,08	R\$ 17.831,08	R\$ 17.831,08	R\$ 17.831,08	R\$ 17.831,08	R\$ 17.831,08	R\$ 17.831,08	R\$ 17.831,08	R\$ 213.972,93	
VR e VT	R\$ 4.060,32	R\$ 4.569,12	R\$ 519,55	R\$ 519,55	R\$ 519,55	R\$ 519,55	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 10.707,64	
CONVÊNIO	R\$ 612,99	R\$ 612,99	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 5.586,72	R\$ 5.586,72	R\$ 5.586,72	R\$ 5.586,72	R\$ 5.586,72	R\$ 5.586,72	R\$ 34.746,29	
DESPESAS DE MARKETING	R\$ 29.650,93	R\$ 29.650,93	R\$ 29.650,93	R\$ 29.650,93	R\$ 29.650,93	R\$ 29.650,93	R\$ 29.650,93	R\$ 29.650,93	R\$ 29.650,93	R\$ 29.650,93	R\$ 29.650,93	R\$ 29.650,93	R\$ 355.811,21	
DESPESA COM TERCEIRIZAÇÃO	R\$ -	R\$ 8.453,76	R\$ 8.453,76	R\$ 8.453,76	R\$ 8.453,76	R\$ 8.453,76	R\$ 8.453,76	R\$ 8.453,76	R\$ 8.453,76	R\$ 8.453,76	R\$ 8.453,76	R\$ 8.453,76	R\$ 92.991,33	
TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO	R\$ 1.974,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 1.974,00	
DESPESAS LOGÍSTICAS	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 30.000,00	
OUTRAS RECEITAS/CUSTOS OPERACIONAIS	R\$ 150,68	R\$ 150,68	R\$ 150,68	R\$ 150,68	R\$ 150,68	R\$ 150,68	R\$ 150,68	R\$ 150,68	R\$ 150,68	R\$ 150,68	R\$ 150,68	R\$ 150,68	R\$ 1.808,18	
DEPRECIACÃO	R\$ 1.463,00	R\$ 1.463,00	R\$ 1.463,00	R\$ 1.463,00	R\$ 1.463,00	R\$ 1.463,00	R\$ 1.463,00	R\$ 1.463,00	R\$ 1.463,00	R\$ 1.463,00	R\$ 1.463,00	R\$ 1.463,00	R\$ 17.556,00	
LUCRO OPERACIONAL LIQUIDO	-R\$ 58.535	-R\$ 64.235	-R\$ 57.086	-R\$ 50.940	-R\$ 48.524	-R\$ 42.127	-R\$ 41.700	-R\$ 42.781	-R\$ 29.752	-R\$ 25.544	-R\$ 23.432	-R\$ 18.290	-R\$ 285.084	
RECEITAS FINANCEIRAS	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -		
LUCRO LIQUIDO DO EXERCÍCIO	-R\$ 58.535	-R\$ 64.235,37	-R\$ 57.085,58	-R\$ 50.939,80	-R\$ 48.524,30	-R\$ 42.127,05	-R\$ 41.700,21	-R\$ 42.780,65	-R\$ 29.752,49	-R\$ 25.544,19	-R\$ 23.431,66	-R\$ 18.290,29	-R\$ 285.083,72	
<i>Lucro líquido (%)</i>	-2158%	-2368%	-2104%	-1878%	-1789%	-1553%	-1537%	-1577%	-1097%	-942%	-864%	-674%	-10508%	

Fonte: Os Autores, 2018.