

# Plano de Negócios



**Bárbara Campioni**  
barbara.campioni@fatec.sp.gov.br

**Bruno Meira Gomes**  
bruno.gomes37@fatec.sp.gov.br

**Eliade Matos do Nascimento**  
eliade.nascimento@fatec.sp.gov.br

**Gabriel Figueiredo Roberto**  
gabriel.roberto@fatec.sp.gov.br

**Orientadores:**  
Profº Dr. Marcio Magalhães Fontoura e Profº Dr. Marcio Roberto Camarotto

## Conceito de Oportunidade de Negócios



A Pet Watch procura atender a necessidade dos tutores dos animais de estimação, animais estes que cada vez mais são vistos como membros do próprio núcleo familiar. Nota-se que muitas famílias, inclusive, optam por ter animais de estimação a ter filhos, provando, assim, que os pets são importantes e amados.

Sendo assim, a empresa decide investir neste segmento e oferecer, além dos itens básicos do dia a dia, uma coleira de identificação que permite a segurança e fácil localização do animal de estimação em caso de perda, roubo ou fuga.

## Mercado Competidor

O mercado pet é um segmento promissor pois, segundo estudos já realizados, hoje o Brasil é o segundo maior mercado de produtos *pet*. O Estado de São Paulo concentra a maior quantidade de gatos e cães de estimação, motivo que justificou a escolha da localização da empresa na cidade de São Paulo. Em relação à Pet Watch atuar como uma *e-commerce*, as pesquisas indicam que o comércio eletrônico é o que mais cresce, acompanhando a mudança de hábito que ocorreu pós pandemia em muitas das famílias brasileiras. As vendas online cresceram de 2020 para 2021 em 48%, ou seja, existe um mercado para atender a oportunidade de atuação para inovar e se destacar na oferta de produtos e serviços *on-line* para *pet*.

## Equipe Gestora e Quadro de Pessoal

A empresa possui 4 sócios, cada um com 25% de participação societária, e responsáveis por uma área específica de gestão: Bárbara Campioni, responsável pela área estratégica do negócio; Bruno Meira, responsável pela



área de projetos, incluindo marketing e análise de mercado; Eliade Matos, responsável pela parte de logística; e Gabriel Roberto, responsável pela área de recursos humanos, gestão de pessoas e departamento pessoal. A equipe de colaboradores é dividida em marketing, comercial, logística e financeiro, cada setor respondendo ao sócio responsável pela área.

## Serviços e Vantagem Competitiva

A Pet Watch comercializa produtos da área pet, sendo eles brinquedos, roupas, produtos de higiene e beleza, acessórios, camas, coleiras comuns, alimentos (rações). A vantagem competitiva da empresa dá-se pela comercialização coleira de identificação e rastreamento para animais de estimação, cujo propósito de localização não só é em tempo real, mas também possibilita a leitura dos dados de contato para resgate por meio de um *QR code* instalado na própria coleira. Como muitos tutores têm receio de implantar um chip em seu pet, a coleira vem para facilitar o uso e manuseio, e sua alta tecnologia permite a leitura das informações do tutor em um aparelho celular.

## Estrutura e Operações

A Pet Watch funcionará na Zona Oeste da cidade de São Paulo, especificamente à Av. Vital Brasil, 911, Butantã – São Paulo – SP, onde concentrará os sócios, colaboradores e o depósito de produtos. As compras serão realizadas por meio do site oficial, redes sociais, chat, WhatsApp e telefone, e as entregas feitas pelos Correios ou transportadora parceira. O horário de funcionamento para compras nas plataformas digitais será 24h por dia, todos os dias da semana, e o SAC e envio de mercadorias de segunda à sexta-feira, das 08h às 18h, e aos sábados das 08h às 12h.

## Marketing e Projeção de Vendas

Tendo como base o público-alvo que, em sua maioria, são pessoas jovens, que trabalham e estudam, estão fortemente ligadas à tecnologia e possuem uma agenda corrida, a Pet Watch foca na estratégia da venda *on-line*. O marketing e divulgação dos produtos serão inteiramente digitais também, com investimentos em publicidade e patrocínio no Google, em redes sociais e outros canais de promoção. Outra estratégia que posiciona a Pet Watch no mercado é manter uma boa relação com o cliente, utilizando, inclusive, o CRM – *Customer Relationship Management*, ou Gestão de Relacionamento com o Cliente, um sistema com estratégias e ferramentas utilizadas para potencializar o atendimento ao consumidor. Para o primeiro ano de empresa, estima-se um faturamento bruto de R\$241.381,00.

## Finanças

A Pet Watch apresenta um investimento inicial no valor de R\$19.942,43 e, baseado nas informações de viabilidade, seu retorno financeiro é estimado em aproximadamente em três meses e seu índice de lucratividade (IL) é de 51,07%.



## Considerações Finais

Os dados apresentados comprovam a viabilidade da criação e comercialização da coleira de identificação e de outros produtos destinados aos pets via mídias digitais e telefone, tendo em vista o aumento significativo de famílias que possuem animais de estimação e adquirem apego e sentimentos por eles. Nota-se a preocupação que o ser humano tem por seu pet e o medo de perdê-lo seja por perda, fuga ou roubo, levando-os até mesmo a dedicar parte de seu tempo e dinheiro para recuperá-los; desta forma, a empresa e o produto “carro-chefe”, a coleira de identificação, tornam-se úteis e eficazes.