ideias de negócios

# Como montar uma loja de animais ou pet shop

EMPREENDEDORISMO

# Expediente

**Presidente do Conselho Deliberativo**

Robson Braga de Andrade – Presidente do CDN

**Diretor-Presidente**

Guilherme Afif Domingos

**Diretora Técnica**

Heloísa Regina Guimarães de Menezes

**Diretor de Administração e Finanças**

Vinícius Lages

**Unidade de Capacitação Empresarial e Cultura Empreendedora**

Mirela Malvestiti

**Coordenação**

Luciana Rodrigues Macedo

**Autor**

Paulo César Borges de Sousa

**Projeto Gráfico**

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

ideias de negócios

# Sumário


1. Apresentação ..... 1
2. Mercado ..... 2
3. Localização ..... 3
4. Exigências Legais e Específicas ..... 4
5. Estrutura ..... 6
6. Pessoal ..... 8
7. Equipamentos ..... 11
8. Matéria Prima/Mercadoria ..... 12
9. Organização do Processo Produtivo ..... 14
10. Automação ..... 16
11. Canais de Distribuição ..... 17
12. Investimento ..... 17
13. Capital de Giro ..... 18
14. Custos ..... 19
15. Diversificação/Agregação de Valor ..... 20
16. Divulgação ..... 21
17. Informações Fiscais e Tributárias ..... 22
18. Eventos ..... 24
19. Entidades em Geral ..... 25
20. Normas Técnicas ..... 27
21. Glossário ..... 29
22. Dicas de Negócio ..... 29
23. Características ..... 30
24. Bibliografia ..... 30
25. Fonte ..... 31
26. Planejamento Financeiro ..... 32

# Sumário

27. Soluções Sebrae ..... 32
28. Sites Úteis ..... 32
29. URL ..... 32

# 1. Apresentação

*O Brasil é o segundo do mundo em população de cães e gatos, quarto em animais de companhia, segundo em volume de produção e sétimo em faturamento.*

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

A relação entre a humanidade e seus bichos de estimação é muito antiga. Há indícios que foi iniciada entre 25.000 e 50.000 anos atrás com finalidade apenas utilitária. Aos cachorros cabia a função de proteger as aldeias, auxiliar na caça e pastorear. O extermínio de ratos e outras pragas eram tarefas dos gatos.

Acredita-se que naquela época já existia uma relação afetiva entre donos e animais. Ao longo dos séculos, os laços de afeto entre pessoas e seus bichos de estimação se tornaram mais intensos.

Na atualidade muitos donos de animais de estimação consideram que eles necessitam de cuidados específicos. Para suprir a demanda por produtos e serviços para animais de estimação - principalmente, cães, gatos, aves e peixes, surgiram as Lojas de Animais – Pet Shops. Elas comercializam alimentos, roupas, brinquedos, perfumes, acessórios, remédios, animais de pequeno porte e uma grande variedade de serviços, como por exemplo, banho e tosa, direcionados aos “pets”. Nesta "Idéia de Negócio" serão apresentadas informações importantes para o empreendedor que tem intenção de abrir uma Loja de Animais – Pet Shop.

Este documento não substitui o Plano de Negócios, que é imprescindível para iniciar um empreendimento com alta probabilidade de sucesso. Para a elaboração do Plano de Negócio, deve ser consultado o Sebrae mais próximo.

## 2. Mercado

O mercado de Loja de Animais – Pet Shop no Brasil é um mercado que cresce 17% ao ano e movimenta cerca de 14 bilhões de reais. O setor foi impulsionado, principalmente, devido ao investimento das indústrias de rações em publicidade e aprimoramento dos canais de distribuição.

O Brasil é o segundo país com a maior populaçao de pets do mundo. A ração industrializada, que era privilégio de animais de pessoas das classes A e B, passou também a ser consumida pela classe C.

De acordo com a Anfalpet - Associação Nacional dos Fabricantes de Alimentos para Animais de Estimação no Brasil, existem 100 mil pontos de venda de produtos direcionados aos bichos de estimação no Brasil. Desse total, aproximadamente 40 mil são Lojas de Animais - Pet Shops. O gasto médio com produtos e serviços per capita/ano é de R$ 390,00 (raças pequenas) a R$ 760,00 (raças grandes) entre insumos farmacêuticos, vacinas, embelezamento e acessórios, que no total representam R$ 14 bilhões de faturamento para o setor.

Hoje, há 32 milhões de cães, 19,5 milhões de pássaros, 16 milhões de gatos, 7,5 milhões de peixes no país. Esses números levam o Brasil, no mercado mundial, ao segundo lugar em população de cães e gatos, quarto lugar em população de animais de companhia, o segundo em volume de produção e o sétimo em faturamento.

Ameaças e oportunidades

As oportunidades de negócios são definidas pelas possibilidades de bons resultados que o empreendedor vislumbra ao implantar um novo empreendimento. O conhecimento real das possibilidades de sucesso somente será possível através de pesquisa de mercado.

Uma pesquisa não precisa ser complexa, sofisticada ou dispendiosa em termos financeiros. Ela pode ser elaborada de forma simplificada e aplicada pelo próprio

empresário, para estudar a concorrência já instalada, o tipo de público alvo em termos de capacidade aquisitiva, os gostos pessoais, e as expectativas que as pessoas têm em relação a uma Loja de Animais – Pet Shop. O risco de abrir as portas sem conhecimento do ambiente local é muito grande.

As ameaças são representadas por todas as possibilidades de insucesso que o futuro empresário pode identificar para o novo negócio. A realização da pesquisa de mercado fornece subsídios para a previsão de dificuldades que poderão aparecer pelo caminho.

Algumas ameaças e oportunidades desta atividade empresarial merecem destaque:

Ameaças

- Excesso de concorrência;
- Falta de experiência do dono do negócio;

Oportunidades
- Aumento do percentual de pessoas que possuem animais de estimação e os consideram como membros da família, representando um grande potencial de consumo de produtos “pets”;
- A população de animais de estimação cresce proporcionalmente ao número de pessoas;
- Crescimento do poder aquisitivo do povo brasileiro.

## 3. Localização

A localização de uma Loja de Animais – Pet Shop deve ser decidida levando em consideração alguns aspectos, tais como:

a) Adequação aos clientes:
- Facilidade de acesso;
- Facilidade de estacionamento (local ou próximo);

b) Adequação aos funcionários:
- Proximidade de estações e pontos de transporte coletivo;
- Infraestrutura de serviços (restaurantes, farmácias, bancos);

c) Aspectos urbanísticos e de infraestrutura:
- Segurança da região;
- Infraestrutura de serviços públicos (Bombeiros, Polícia, Hospital, Correio);
- Verificar se o local não está sujeito a inundações ou próximo a áreas de risco;
- Disponibilidade dos serviços de água, luz, telefone e internet;
- Serviços de recolhimento de lixo.

d) Aspectos econômico financeiros:
- Preço de aluguel e qualidade dos imóveis disponíveis;

## 4. Exigências Legais e Específicas

Para dar início ao processo de abertura da empresa é necessário que se cumpra os seguintes procedimentos:

1)Consulta Comercial
Antes de realizar qualquer procedimento para abertura de uma empresa deve-se realizar uma consulta prévia na prefeitura ou administração local. A consulta tem por objetivo verificar se no local escolhido para a abertura da empresa é permitido o funcionamento da atividade que se deseja empreender. Outro aspecto que precisa ser pesquisado é o endereço. Em algumas cidades, o endereço registrado na prefeitura é diferente do endereço que todos conhecem. Neste caso, é necessário o endereço correto, de acordo com o da prefeitura, para registrar o contrato social, sob pena de ter de refazê-lo.
Órgão responsável:
Pefeitura Municipal; Prefeitura Municipal
Secretaria Municipal de Urbanismo.

2) Busca de nome e marca
Verificar se existe alguma empresa registrada com o nome pretendido e a marca que será utilizada.

Órgão responsável:
Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples) e Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI).

3) Arquivamento do contrato social/Declaração de Empresa Individual
Este passo consiste no registro do contrato social. Verifica-se também, os antecedentes dos sócios ou empresário junto a Receita Federal, por meio de pesquisas do CPF.
Órgão responsável:
Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples.

4) Solicitação do CNPJ
Órgão responsável: Receita Federal.

5) Solicitação da Inscrição Estadual
Órgão responsável: Receita Estadual

6) Alvará de licença e Registro na Secretaria Municipal de Fazenda
O Alvará de licença é o documento que fornece o consentimento para empresa desenvolver as atividades no local pretendido. Para conceder o alvará de funcionamento a prefeitura ou administração municipal solicitará que a vigilância sanitária faça inspeção no local para averiguar se está em conformidade com a Resolução RDC nº 216/MS/ANVISA, de 16/09/2004.
Órgão responsável: Prefeitura ou Administração Municipal; Secretaria Municipal da Fazenda.

7) Matrícula no INSS
Órgão responsável: Instituto Nacional de Seguridade Social; Divisão de Matrículas - INSS.

8) Registro no Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado
Órgão responsável: Conselhos Regionais de Medicina Veterinária;

9) Contrato de Responsabilidade Técnica
Órgão responsável:· Conselhos Regionais de Medicina Veterinária;

Legislação específica para o setor:
Resolução N.º 683; Conselho Federal de Medicina Veterinária, de 16/03/2001. Institui a regulamentação para concessão da "Anotação de Responsabilidade Técnica" no âmbito de serviços inerentes à Profissão de Médico Veterinário.

Resolução nº 642, Conselho Federal de Medicina Veterinária, de 24/09/1997. Dispõe sobre unidade móvel de atendimento médico veterinário.
Resolução nº 670, Conselho Federal de Medicina Veterinária, de 10/08/2000. Estabelece as atividades desenvolvidas pelas Clínicas Veterinárias.
Resolução nº 656, Conselho Federal de Medicina Veterinária, de 13/09/1999. Estabelece critérios para a emissão de atestados e/ou carteiras de vacinação para caninos e felinos.
Portaria Nº 301, MAPA, de 19/04/1996. Normas complementares do regulamento de fiscalização de produtos veterinários e dos estabelecimentos que os fabriquem e/ou comerciem.
Decreto Nº 1.662, Presidência da República, 06/10/1995. Aprova o regulamento anexo de fiscalização de produtos de uso veterinário e dos estabelecimentos que os fabriquem e/ou comerciem.
Decreto Nº 40.400 Vigilância Sanitária, SP, 1995. Aprova Norma Técnica Especial relativa à instalação de estabelecimentos veterinários. *Este decreto é válido para o Estado de São Paulo.

## 5. Estrutura

A dimensão do empreendimento é uma decisão do empresário, entretanto, sugere-se uma área mínima de 50m² para estruturar uma Loja de Animais - Pet Shop.

A área da empresa pode ser dividida entre escritório e consultório veterinário (caso seja opção do empreendedor) , espaço para banho/tosa, alojamento de animais, espaço para atendimento, loja de venda de produtos e depósito.

Escritório
Espaço destinado à realização das atividades administrativas. Para uma estação de trabalho serão necessários os seguintes equipamentos:
- Mesa
- Cadeiras
- Arquivo para pasta suspensa
- Armários
- Computador
- Impressora com scanner
- Telefone

Consultório veterinário (caso seja opção do empreendedor)
De acordo com a legislação, o consultório veterinário é o estabelecimento aonde os animais são levados apenas para o ato básico de consulta clínica, curativos e vacinações.

- Armário vitrine
- Balança
- Carrinho curativo
- Doppler Vascular
- Estetoscópio
- Foco de iluminação
- Mesa de atendimento
- Microscópio
- Negatoscópio
- Suporte de Soro
- Ultra som de limpeza de tártaro

Espaço para banho/tosa
Um espaço com 4m2 é suficiente para montar uma estação de trabalho para realização de banho e tosa. Para uma estação será necessário:
Equipamentos:
- Secador;
- Soprador;
- Máquina Tosa;
- Lâminas de Tosa;
- Adaptador (pente p/ lâmina).
- Móveis:
- Mesa;
- Banheira;
- Canil;
- Caixa de transporte.

Instrumentos:
- Desembolador;
- Rasqueadeiras;
- Tesoura Reta;
- Tesoura Curva para Acabamento;
- Alicate para Unha Grande;
- Pentes de Aço.

Suprimentos:
- Pó de Ouvido;
- Resfriador de lâmina;
- Spray Desinfetante para lâminas;
- Colônia para animais;
- Shampoo para animais;
- Condicionador para animais;
- Laços;
- Gravatas;
- Avental.

Alojamento de animais
Espaço destinado para os animais do banho e tosa aguardarem, tanto antes como depois do serviço. O alojamento precisa contemplar espaço tanto para os animais maiores quanto para os menores. É indicado a separação do espaço destinado a alojamento de cães e gatos para evitar stress nos animais.

Espaço para atendimento/loja
Esta área é destinada à exposição dos produtos e recepção dos clientes. O espaço deve ser bem planejado e recomenda-se evitar poluição visual, proporcionar boa iluminação e ventilação para que haja conforto tanto para as pessoas que trabalham na empresa quanto para clientes. Outras soluções como por exemplo, facilidade de acesso a portadores de necessidades especiais, oferecendo maior mobilidade, também podem ser adotadas visando o conforto e satisfação do cliente. Para montar o espaço serão necessários os seguintes equipamentos:
- Gôndolas de parede;
- Balcão caixa completo;
- Computador;
- Impressora fiscal;
- Máquinas para cartão de crédito.

Depósito
Espaço destinado ao depósito de rações e outras mercadorias. As rações precisam ser armazenadas em cima de estrados ou palets. As demais mercadorias podem ser armazenadas em prateleiras.

## 6. Pessoal

Uma Loja de Animais – Pet Shop precisa de profissionais que exerçam as funções de responsável técnico, veterinário, administrador, balconista e tosador. Para começar bastam três pessoas desde que reúnam as características necessárias ao funcionamento do negócio como:

Responsável Técnico / Veterinário

Autocontrole;

Boa disposição física;

Capacidade de comunicação;

Capacidade de concentração;

Capacidade de decisão;

Capacidade de lidar com a visão de sangue e de animais acidentadas;

Capacidade de observação;

Capacidade de pensar e agir sob pressão;

Equilíbrio emocional;

Firmeza;

Gosto pela pesquisa e pelos estudos;

Gosto por atividades ao ar livre e pelo contato com a natureza;

Habilidade manual;

Interesse pelas ciências;

Interesse por animais e plantas;

Paciência.

Administrador :

Capacidade para lidar com imprevistos;

Reconhecer e definir problemas,

Atuar preventivamente;

Ter raciocínio lógico, crítico e analítico;

Ter conhecimento de gestão empresarial.

Habilidade de relacionamentos;

Habilidade para negociar

Pró atividade;

Inteligência emocional para lidar com possíveis conflitos.

Disciplina.

Balconista :

Cortesia e educação para com os clientes e colegas;

Disciplina;

Organização;

Conhecimento das mercadorias;

Idoneidade;

Boa apresentação pessoal;

Domínio de técnicas de vendas e atendimento ao público.

Tosador :

Conhecimento e habilidade técnica: banho, escovação, tosas, manutenção de materiais e etc.;

Conhecimento dos fatores que garantem a boa saúde a cães e gatos no procedimento de banho e tosa;

Ética profissional.

A capacitação de profissionais deste ramo de negócio deve estar direcionada para o desenvolvimento das competências citadas acima.

O piso salarial dos empregados de um Pet Shop é regulado pelos Sindicatos do Comércio e Sindicato dos Médicos Veterinários. A partir do piso salarial estabelecido para cada categoria, o empresário deverá manter políticas que remunerem adequadamente os empregados, considerando-se os níveis de competências pessoais.

Recomenda-se a adoção de uma política de retenção de pessoal, oferecendo incentivos e benefícios de natureza financeiros ou outros. Assim, a empresa poderá diminuir os níveis de rotatividade e obter vantagens como a criação de vínculo entre funcionários e clientes e ainda a diminuição de custos com:
- recrutamento e seleção,
- treinamento de novos funcionários,

- custos com demissões.

## 7. Equipamentos

Para estruturar a empresa serão necessários os seguintes equipamentos:

Escritório
Uma mesa
Três cadeiras
Um arquivo para pasta suspensa
Um armário
Um computador
Uma impressora
Um telefone/fax

Consultório veterinário
Um armário vitrine
Uma balança
Um carrinho curativo
Um doppler Vascular
Um estetoscópio
Um foco de iluminação
Uma mesa de atendimento
Um microscópio
Um negatoscópio
Um suporte de Soro
Um ultra som de limpeza de tártaro

Espaço para banho/tosa
Um secador;
Um soprador;
Uma máquina Tosa;
Lâminas de Tosa de vários tamanhos
Um Adaptador (pente p/ lâmina);

Móveis:
Duas mesas;
Uma banheira;
Um canil;
Duas caixas de transporte;

Espaço para atendimento/loja
Cinco gôndolas de parede;

Um balcão caixa completo;
Um computador;
Uma impressora fiscal.

Depósito
Dois Palets;
Cinco Prateleiras.

Convém que o empreendedor busque informações junto aos fabricantes para conhecer o tempo médio de obsolescência dos equipamentos, podendo assim, realizar a análise de custo-benefício para a aquisição de equipamentos usados e planejar a reposição.

É muito comum que as Lojas de Animais – Pet Shop façam entregas de mercadorias e busquem animais em suas residências. Se o empresário optar por oferecer este tipo de serviço, pode fazê-lo com veículo próprio, porém o veiculo deve ter espaço interno para as gaiolas que abrigarão os animais. Bancos e financeiras oferecem financiamentos exclusivos com taxas diferenciadas para pessoa jurídica. É importante a realização de uma pesquisa para se informar sobre as melhores taxas praticadas no mercado e também verificar o custo/benefício de aquisição de um veículo "zero Km" ou semi-novo.

Recomenda-se ao empreendedor a análise da necessidade de contratação de seguros contra sinistros tais como incêndios, acidentes, etc. com os equipamentos, pessoas ou furtos.

## 8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

Obs.: Quanto maior for a freqüência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período

de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

Dentre algumas opções de mercadorias e serviços disponíveis em uma Loja de Animais – Pet Shop podem ser citadas:

Mercadorias
Rações para os diversos tipos de animais, alimentos industrializados para animais, acessórios, brinquedos, roupas, camas, casinhas, caixas de transportes, produtos para higiene e estética do animal e medicamentos veterinários.

Serviços
Banho, tosa, vacinação, consultas e curativos (caso o Pet Shop ofereça serviços veterinários).

A política de preços deverá ser estabelecida de acordo com a estratégia de marketing da Loja de Animais – Pet Shop. Por exemplo, se o empresário optar por oferecer serviços e mercadorias com alto valor agregado, como serviços de SPA, venda de roupas de luxo e venda de jóias, a política de preço será de preço acima do mercado, pois os consumidores são menos sensíveis aos custos e dão mais valor aos benefícios.” (Biscola, Goulart , Lima, 2002 p. 12)

O empreendedor deve estar atento ao grau de satisfação dos clientes buscando identificar qual a percepção que se tem em relação à qualidade e diferencial dos produtos oferecidos, para tanto, pode realizar pequenas pesquisas de satisfação na própria Loja de Animais – Pet Shop, utilizando formulários criativos, de preferência com no máximo três questões que permitam extrair as informações desejadas.

Nesse negócio o empreendedor se relacionará com diversos fornecedores. O prazo de entrega pode variar de um a sete dias dependendo do fornecedor. Os prazos de pagamentos de fornecedores também poderão variar entre trinta e noventa dias, com opção para parcelamento dependendo do volume de compras e do tipo de produto.

## 9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo em uma Loja de Animais – Pet Shop não apresenta uma organização prévia e específica. Devem ser aplicados processos organizacionais de empresas de sucesso, assegurando que os produtos comercializados e os serviços prestados garantam a qualidade. Importante frisar que cada ambiente de uma loja de Pet Shop deve ser funcional considerando as normas técnicas e legais aplicadas ao ramo.

No que se refere ao fornecimento de mercadorias, sugere-se a seguinte estrutura:
1 - Compra da mercadoria

2 - Recebimento das mercadorias

3 - Exposição da mercadoria

4 - Venda da mercadoria

5- Descarte

6 - Reposição da mercadoria

Compra da mercadoria

A compra das mercadorias é comumente feita nas distribuidoras de produtos para pet shops. Em geral são feitas pelo próprio dono da Loja. Ao fazer as compras, este deverá conhecer sobre os produtos, o volume de compras necessário e ter mais de um fornecedor que atenda às suas necessidades. Uma boa relação com o fornecedor é muito importante, para garantir as entregas e facilitar a negociação de preço.

Recebimento das mercadorias
A pessoa responsável pelo recebimento das mercadorias deve fazer uma verificação cuidadosa para certificar-se se a entrega está de acordo com o pedido e se as mercadorias estão em perfeito estado. Mercadorias danificadas, estragadas ou fora do prazo de validade devem ser devolvidas.

Exposição da mercadoria
Existem algumas técnicas que podem ser utilizadas para organizar a loja com intuito de fazer com que os clientes circulem pelo estabelecimento e possam ver as mercadorias disponíveis. Uma delas é colocar produtos de primeira necessidade no fundo da loja, como por exemplo, as rações, induzindo o cliente a caminhar pelo estabelecimento, estimulando assim a compra de produtos não pensados ou planejados pelo cliente.

Os medicamentos devem ser guardados em prateleiras cujo acesso seja restrito aos funcionários, a fim de que os medicamentos prescritos por médicos veterinários por meio de receitas não fiquem à disposição do consumidor sem orientação.

Os alimentos, suplementos nutricionais e vitaminas não devem ser expostos próximos aos produtos usados para controle de ectoparasitas, desinfetantes e shampoos.

Venda do produto
Os produtos são vendidos no balcão com auxílio do atendente. Alguns podem ser receitados pelo veterinário. A maioria das lojas aceita cheques e cartão de crédito/ débito como pagamento.

Descarte
É preciso verificar periodicamente o prazo de validade e a integridade das mercadorias expostas e estocadas. As mercadorias que não estiverem em condições de consumo devem ser descartadas, com exceção dos medicamentos que podem ser trocados nos

laboratórios de origem.

Reposição do produto
A reposição dos produtos pode ser feita à medida que for necessário, dependendo do volume de vendas.

## 10. Automação

Existem vários softwares no mercado que possibilitam a automação em estabelecimentos comerciais. Entretanto, o mais indicado é que o empresário invista em softwares específicos para Lojas de Animais – Pet Shop que permitirão a gestão mais eficiente, contemplando detalhes específicos do negócio. Dentre outros pode-se destacar os seguintes benefícios oferecidos pelos softwares automação comercial:
- Controle de farmácias e medicamentos;
- Cálculo de comissão dos vendedores;
- Agenda Eletrônica - é possível incluir a data para retorno do animal para o dono do animal ser avisado previamente;
- Controles de prontuário, histórico de visitas, relatório de produtos alérgicos, datas das tosas, banhos, vacinações;
- Controle de despesas médicas e medicações feitas para cada animal;
- Reservas para Banho e Tosa;
- Controle dos serviços utilizados, produtos consumidos e histórico de cada animal: Por exemplo, o animal entrou as tantas horas, fez banho, tosa, corte de unhas, o dono do animal comprou uma transportadora e um talco importado. No final, basta digitar o nome do animal, ou o código, ou o nome do dono e o sistema fornece exatamente o que aquele cliente consumiu de produtos e/ou serviços;
- Itens de maior sucesso de vendas;
- Indicação da margem de contribuição de cada produto e/ou serviço;
- Possibilidade de Comunicação Loja/Escritório;
- Controle de caixa e estoque ;
- Fluxo de caixa diário e previsto
- Média estatística de consumo – oferece informações quanto à quantidade média estatística de custo de hora do vendedor para venda de cada produto, custo médio de tempo do veterinário ou enfermeiro para cada animal atendido, se houver atendimento veterinário, etc.

Empresários com melhor percepção de oportunidade já se movimentam para o uso de tecnologias que possibilitem aprimorar e acelerar o processo de cadastramento e de identificação de clientes, visando reduzir o tempo de atendimento e gerar diferencial qualitativo de serviços.

## 11. Canais de Distribuição

O principal canal de distribuição de uma Loja de Animais – Pet Shop é de venda direta, no qual o cliente vai à loja comprar produtos ou realizar serviços. Também é possível a venda por telefone ou internet, por meio do qual os pedidos são recebidos e os produtos são entregues em domicílio ou é feito o recolhimento e entrega do animal na residência do cliente.

Uma das principais vantagens de utilizar mais de um canal de vendas é diminuir a distância entre o serviço e/ou produto e o cliente. Construir uma cobertura geográfica abrangente pode representar um aumento significativo no volume de vendas e aumentar a participação da empresa neste segmento de mercado.

## 12. Investimento

Várias decisões irão impactar no montante do investimento necessário para abertura de uma Loja de Animais – Pet Shop dentre elas:
- Localização: o valor para alugar ou comprar um imóvel irá variar de acordo com a região escolhida para abertura do negócio;
- Tipo de imóvel: optar por alugar ou comprar um imóvel;
- Qualidade do imóvel: condições físicas do imóvel, necessidade de reforma, tamanho da reforma;
- Quantidade de itens comercializados inicialmente.

Os resultados das decisões referentes a estes itens surgirão com a elaboração do plano de negócios. Etapa fundamental para quem deseja empreender de forma consciente, "o plano de negócios é a validação da idéia, análise de sua viabilidade como negócio" (DOLABELA, 1999, p.17).

Considerando uma Loja de Animais - Pet Shop instalada numa área de 50m², é necessário um investimento inicial estimado em aproximadamente em R$ 88.550,00 (Oitenta e oito mil, quinhentos e cinquenta reais) a ser alocado majoritariamente nos seguintes itens:
- Reforma do local: R$ 30.000,00
- Aluguel: R$ 2.500,00
- Divulgação: R$ 2.000,00
- Estoque Inicial: 20.000,00

- Móveis e Equipamentos: R$ 25.000,00
- Taxas e Impostos: R$ 1.000,00
- Capital de giro: R$ 8.050,00

As informações aqui prestadas são referências, podendo variar por porte, cidade e serviços prestados.

## 13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazo médio de pagamento aos fornecedores (PMP) que incluem todos os pagamentos efetuados pela empresa (matéria prima, aluguel, mão de obra, etc);prazos médios de estocagem (PME), que é calculado conforme a frequência de compras e prazos médios de recebimento de clientes (PMR).

Quanto maior o prazo de recebimento de clientes e o prazo de estocagem, e menor o prazo de pagamento de fornecedores, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados, negociar o maior prazo de pagamento com os fornecedores e estabelecer critérios para conceder prazo aos clientes, pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Uma alternativa para reduzir o prazo de recebimento é antecipar os recebíveis, cartões de crédito e boletos bancários. Porém, os bancos cobram por esta operação, que se não for planejada repassando o custo aos clientes nos valores das mercadorias, poderá complicar a situação financeira da empresa.

É importante observar que um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro, pois será necessário comprar mais matéria prima e/ou mercadorias. Portanto, o aumento de vendas também deve ser planejado, controlando adequadamente os prazos médios de forma que o lucro apurado da empresa seja parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

No caso dos prazos médios de pagamento aos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos médio de recebimentos de clientes, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

Uma Loja de Animais – Pet Shop requer um montante de capital de giro que pode ser considerado baixo, entre 10% e 20% do investimento inicial. A estratégia a ser utilizada para atrair clientes será fundamental para o alcance do ponto de equilíbrio entre receita e despesa.

## 14. Custos

Os custos indicam as despesas (gastos) de um negócio. Podem ser fixos, que independem do faturamento, ou seja, aluguel, salários fixos, gastos com contador e internet. Ou podem ser variáveis, que estão relacionadas à quantidade de serviço prestado no mês como por exemplo: impostos e aquisição de mercadorias, comissão de vendedores.

A escolha dos fornecedores é importante, por isso é fundamental que se faça uma boa pesquisa para selecionar os melhores preços e a melhor qualidade.

Podem ser tomadas algumas providências que ajudem a diminuir o valor dos custos, como por exemplo:
- Optar por planos de telefone com custos mais baixos;
- Evitar gastos e despesas desnecessários, como por exemplo: excessos com telefone, água e luz.
- Optar por empresas de frete com custos mais baixos;
- Negociar os honorários com o contador;
- E outras ações de acordo com a realidade de cada empreendimento.

Os custos iniciais de uma Loja de Animais – Pet Shop podem ser estimados considerando os itens a seguir:
- Salários, e encargos: R$15.470,00
- Tributos, impostos, contribuições e taxas: R$ 1.000,00
- Aluguel, taxa de condomínio, segurança: R$ 2.900,00
- Luz, telefone e acesso a internet: R$ 1.000,00
- Produtos para higiene e limpeza: R$ 100,00;
- Recursos para manutenções e correções: R$ 300;00
- Assessoria contábil: R$ 724,00
- Propaganda e publicidade da empresa: R$ 1.500,00
- Aquisição de mercadorias: R$5.000,00

É essencial que se faça uma análise criteriosa de todas as despesas, buscando formas de minimizá-las sem prejudicar a qualidade dos serviços oferecidos pela Loja de Animais – Pet Shop.

## 15. Diversificação/Agregação de Valor

Uma empresa para manter-se competitiva precisa buscar alternativas que a diferencie dos seus concorrentes.

Para agregar valor à Loja de Animais – Pet Shop existem algumas opções, dentre elas pode-se citar:

- Oferecer o serviço de atendimento domiciliar;
- Oferecer o serviço de Pet Shop Móvel – consiste em um veículo, totalmente equipado com banheira, TV, DVD, ar-condicionado, água quente, secador com tecnologia de última geração e os mais diversos complementos e acessórios para serviço de banho e tosa em domicílio;
- Implantar sistemas de buscar e entregar animais em domicílio;
- Diversificar os serviços: como por exemplo, oferecer aromaterapia, terapia floral, banho de ofurô, alisamento com chapinha, hidratação de pêlos, mechas, unhas postiças e etc.
- Manter um cadastro de machos e fêmeas por espécie e ajudar os criadores a encontrar machos ou fêmeas da mesma raça para cruzar com os seus cães;
- Criar um ambiente com características próprias que o diferencia dos demais concorrentes;
- Garantir a satisfação do cliente por meio de um excelente atendimento personalizado.

Neste tópico foram apresentadas apenas algumas opções de diversificação/ agregação de valor para uma Loja de Animais – Pet Shop. Vale ressaltar que sempre é possível propor melhorias e novidades, para isso é indicado observar hábitos, ouvir as pessoas com o objetivo de ampliar os níveis de satisfação dos clientes e oferecer novos produtos e serviços.

## 16. Divulgação

Como diz o ditado popular, “a propaganda é a alma do negócio”. Por meio da propaganda o empreendedor dará destaque ao seu estabelecimento no mercado.

É possível a utilização de formas simples e baratas de divulgação. Com criatividade pode-se e buscar alternativas que atraiam os clientes. Entre as alternativas que demandam menos investimento pode-se citar:
- Utilização de mala direta com mensagens que lembram e divulgam a Loja de Animais – Pet Shop;
- Cartazes na própria loja e em outros estabelecimentos que permitam sua fixação;
- Elaborar um site com apresentação atraente, com alguns produtos e curiosidades sobre a loja e seu funcionamento;
- Elaborar páginas no Facebook e outras redes sociais
- Fazer promoções:
- Sorteio de cestas de produtos.
- Sorteio de serviços;
- União com outros empresários para diminuir custos de divulgação, por meio de folhetos com divulgação de diferentes estabelecimentos; mini shopping e galerias.
- Cartões fidelidade (a cada 10 banhos o próximo é gratuito)

- Todas as formas de divulgação apresentadas são importantes para divulgação da Loja de Animais – Pet Shop, e terão o resultado potencializado se o empresário investir no bom atendimento e na qualidade dos produtos.

A atenção dispensada ao consumidor, um produto de qualidade aliados a um preço justo, são a garantia do retorno do cliente.

A propaganda boca a boca, feita pelo cliente encantado, é a promoção mais sincera e eficaz.

## 17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de LOJAS DE ANIMAIS - PET SHOP, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4789-0/04 como comércio varejista de animais de estimação, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para

esse ramo de atividade, variam de 4% a 11,61%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual) . Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm ). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado
• 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor:
• R$ 1,00 mensais de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias;

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:
• Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
• Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

## 18. Eventos

Pet South America

Evento: Anual

Local: São Paulo

Realização: NürnbergMesse Brasil

Site: www.petsa.com.br

Rio Vet Trade Show

Evento: Anual

Local: Rio de Janeiro - RJ

Realização: Riovet

Site: http://www.riovet.com.br/

Conferência Sul-americana de Medicina Veterinária

Evento: Anual

Local: Rio de Janeiro - RJ

Realização: Riovet

Site: http://www.riovet.com.br/

Expointer

Evento: Anual

Local: Esteio - RS

Site: http://www.expointer.rs.gov.br

## 19. Entidades em Geral

ANFALPET - Associação Nacional dos Fabricantes de Produtos para Animais de Estimação

Av. Paulista, 1313 Sala 1030

São Paulo – SP

Tel.: (11) 3541-1760 / 3262-1878

Fax: (11) 3171-2766

Site: www.anfalpet.org.br

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

SIA Trecho 5, Área Especial 57 / Lote 200

Brasília – DF

Tel.: 0800 642 9782

Site: www.anvisa.gov.br.

ASSOFAUNA – Associação dos Revendedores de Produtos, Prestadores de Serviço e Defesa Destinados ao Uso Animal

Tel: (11)5051 3511.

CFMV – Conselho Federal de Medicina Veterinária

SIA Trecho 6 – Lotes 130 e 140

Brasília - DF

Tel.: (61) 2106-0400

Fax: (61) 2106-0444

Site: www.cfmv.org.br.

Departamento de Defesa Animal da Secretaria de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura

Esplanada dos Ministérios, Bloco D

Brasília – DF

Tel.: (61) 3218-2828

Site: www.agricultura.gov.br/sda

IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis

CEN Trecho 2 - Ed. Sede

Brasília-DF

Tel. (61) 3316 1212

Site: www.ibama.gov.br

MAPA - Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento

Esplanada dos Ministérios, Bloco D

Brasília – DF

Tel.: (61) 3218-2828

Site: www.agricultura.gov.br

PROCON -Coordenadoria de Proteção e Defesa do Consumidor SCS Ed Venâncio 2000 Bloco B - 60 Sala 240

Brasília - DF

Telefone: (61) 151

## 20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para Loja de Animais – Pet Shop

Não existem normas específicas para este negócio.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Loja de Animais – Pet Shop

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida:2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e

equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

## 21. Glossário

Aromaterapia – consiste no uso de tratamento baseado no efeito que os aromas de plantas são capazes de provocar no indivíduo ou animal.

Negastocopio - visualizador radiográfico.

Banho de ofurô – O banho de ofurô, tradicionalmente adotado no Japão consiste em um banho de imersão em uma tina com água quente. .

Palets – estrados de madeira.

Pet – Animal de estimação.

Shop - Loja

Terapia floral – terapia que objetiva o equilíbrio das emoções do paciente. por meio de indicação de essências florais.

## 22. Dicas de Negócio

Dicas importantes para quem pensa em montar uma Loja de Animais – Pet Shop:
- Oferecer um ambiente elegante, mas sem exageros para que os clientes sintam-se à vontade, acolhidos;
- Oferecer um serviço cordial;
- Dar especial atenção aos fornecedores. Se o fornecedor interromper a entrega de produtos ou cair o padrão de qualidade, a Loja de Animais – Pet Shop poderá ficar prejudicada;
- Visitar outras Lojas de Animais – Pet Shop
- Conversar com pessoas que já estejam no ramo há algum tempo, ler publicações específicas, consultar entidades de classe ou sindicatos para obter mais informações sobre o negócio;
- Se o empreendedor optar por comercializar animais vivos, deve ter muitos cuidados, pois esse comércio traz alguns riscos, principalmente os relacionados a sua mortalidade. É imprescindível que o local esteja sempre rigorosamente limpo, a fim de evitar doenças e regularizado pela fiscalização;
- Ter uma pessoa de confiança ou estar presente ou diariamente na Loja de Animais – Pet Shop;
- Relacionar-se bem com a vizinhança;
- Prestar muita atenção nos clientes e nas suas necessidades. Desta observação,

muitas vezes surge a idéia de um serviço novo, exclusivo, que poderá ser muito lucrativo, principalmente para o primeiro que lançá-lo no mercado.
- Conhecer bem e executar as exigências da Vigilância Sanitária;

-Para o empreendedor que está começando uma dica para diminuir os custos é investir em equipamentos usados.

## 23. Características

De acordo com McClelland (1972), citado por Schmidt e Dreher (2006) existem características comportamentais que são comuns aos empreendedores. Essas características são denominadas Características Comportamentais Empreendedoras - CCEs das quais pode-se citar um empreendedor que:
- Busca constante de oportunidades;
- Toma iniciativas;
- É persistente;
- Possui disposição para correr riscos calculados;
- Exige de qualidade e eficiência;
- Compromete-se com o que faz;
- Procura manter-se informado;
- Estabelece metas;
- Planeja e monitora as tarefas;
- Busca feedback;
- É confiante e independente;
- Procura estabelecer redes de contatos e relações comerciais;
- É negociador;

Um empreendedor "saberá aprender o que for necessário para a criação, desenvolvimento e realização de sua visão". (DOLABELA, 1999 p. 70). Considerando-se esta afirmativa, percebe-se em qualquer área que se deseje atuar é preciso estar disposto a aprender. Para ter sucesso em uma Loja de Animais – Pet Shop é necessário que o empreendedor se concentre no desenvolvimento das características empreendedoras citadas.

## 24. Bibliografia

DOLABELLA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo. Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELLA, Fernando. O segredo de Luisa. São Paulo. Cultura Editores Associados, 1999.

MARICATO, Percival. Como montar e administrar bares e restaurantes. São Paulo. Editora Senac São Paulo, 2007.

Referências Eletrônicas:

BISCOLA, Paulo Henrique Nogueira; GOULART, Paulo Pimentel; LIMA, Dario de Oliveira Filho. Importância da análise dos 4PS de marketing para restaurantes diferenciados: um estudo de caso. Campo Grande, 2002. Disponível em: http://www.dariolima.com.br Acesso em: Junho/2014

Como montar um pet shop. Disponível em: http://www.petlink.com.br Acesso em: Junho/2014

Luxo para cães e gatos. Disponível em: http://pegntv.globo.com/Pegn/0,6993,LIR162728-5027,00.html Acesso em: junho de 2014

MARTHE, Marcelo. Nossa família animal. Disponível em: http://veja.abril.com.br/220709/nossa-familia-animal- p-084.shtml. Acesso em: Junho de 2014.

Pet shop inova ao atender em domicílio. Disponível em: www.petshopmovel.com.br . Acesso em: junho de 2014

Pet Shop. Disponível em: www.empregabrasil.org.br. Acesso em: Junho de 2014

Um negócio bom pra cachorro. Disponível em: http://www.empregoerenda.com.br. Acesso em:Junho de 2014

Veterinário. Disponível em: http://www.brasilprofissoes.com.br/ Acesso em: Junho de

## 25. Fonte

Não há informações disponíveis para este campo.

## 26. Planejamento Financeiro

Não há informações disponíveis para este campo.

## 27. Soluções Sebrae

Não há informações disponíveis para este campo.

## 28. Sites Úteis

Não há informações disponíveis para este campo.

## 29. URL

http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-loja-de-animais-ou-pet-shop