

**FACULDADES SÃO JOSÉ
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

ANDREIA PEREIRA DA SILVEIRA
NATHALIA DA SILVA ALVES
RAISSA MORAES DE PINHO
VINICIOS SÉGIO ARAÚJO DOS SANTOS

HOTEL DOG HOUSE

Rio de Janeiro

2017

ANDREIA PEREIRA DA SILVEIRA
NATHALIA DA SILVA ALVES
RAISSA MORAES DE PINHO
VINICIOS SÉRGIO ARAÚJO DOS SANTOS

HOTEL DOG HOUSE

Projeto de pesquisa apresentado para a
Disciplina de TCC I, Plano de Negócio sob
a orientação da prof^a. Márcia Rodrigues
Silva.

Rio de Janeiro

2017

SUMÁRIO

	Página
1. INTRODUÇÃO.....	1
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	3
2.1- RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGOCIO.....	3
2.1.1- DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO.....	3
2.1.2- NATUREZA DO NEGÓCIO.....	4
2.2- LOGOMARCA.....	5
2.3- DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES.....	5
2.4- DADOS DO EMPREENDIMENTO.....	6
2.5- MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA.....	6
2.6- SETORES DE ATIVIDADES.....	6
2.7- FORMA JURIDICA.....	7
2.8- ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	7
2.8.1- EXIGÊNCIAS LEGAIS.....	7
2.9- FONTES DE RECURSOS.....	7
3. ANÁLISE DE MERCADO.....	8
3.1- PÚBLICO ALVO.....	8
3.1.1- COMPORTAMENTO DO CLIENTE.....	8
3.1.2- ÁREA DE ABRANGÊNCIA.....	9
3.2- ANÁLISE DOS CONCORRENTES.....	10
3.3- ANÁLISE DOS FORNECEDORES.....	11
4. PLANO DE MARKETING.....	13

4.1- DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS.....	13
4.2- PREÇO.....	13
4.3- ESTRATEGIAS PROMOCIONAIS.....	15
4.4- ESTRUTURAS DE COMERCIALIZAÇÃO.....	15
4.6- LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO.....	16
5. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	17
5.1- ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A.	17
6. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS.....	19
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	20

1. INTRODUÇÃO

O Hotel Dog House, foi idealizado pensando na dificuldade encontrada por alguns donos de animais em achar um lugar para deixar seus bichos de estimação em caso de ausência e não possam levá-los, seja por viagens, trabalhos ou até mesmo por obra ou dedetização em suas residências. Nesses casos os donos procuram lugares onde seus amigos possam sentir-se em casa, priorizando em primeiro lugar o bem estar deles.

O estabelecimento é equipado para receber, hospedar e cuidar do animal de estimação, Com a facilidade de encontrar em um só lugar Day care, adestrador, veterinário 24 horas, serviço de banhos e tosa, além do básico que uma animal precisa que é segurança, higiene e conforto. A empresa preza por um ambiente acolhedor e de excelência. Disponibilizando o acompanhamento online pelos donos pela internet por câmeras instaladas na maior parte dos ambientes.

O mercado pet, destinado a produtos e serviços para pequenos animais de estimação, vem se expandindo muito no mundo todo e isso demonstra que as pessoas estão cada dia mais ligadas a seus animais de estimação. Segundo o site economia.ig do ano de 2013, em 2012, 224.570 empregos diretos surgiram no setor; balanço divulgado pela ABINPET (Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação). “A expansão da classe C e seu maior poder aquisitivo impulsionaram os serviços pet, que representam 16,2% do mercado nacional, de um universo que inclui alimentação, veterinária e comedouros”, afirma o presidente executivo da entidade, José Edson Galvão de Franca. Com 37,1 milhões de cães e 21,3 milhões de gatos (população estimada), o setor no Brasil faturou R\$ 14,2 bilhões no ano de 2012, um crescimento de 16,4%. O país ocupa o segundo lugar no mercado mundial, atrás apenas dos EUA, com 8% de participação, segundo a ABINPET.

Objetivo Geral

Desempenhar um projeto de acessibilidade econômica no desenvolvimento de um hotel para cães, a qual tenha por finalidade de atender demandas e / ou necessidades da população em possibilitar aos seus cães de estimação uma postura humanizada nos serviços prestados.

Objetivo Específico

Elaborar um estudo do ambiente interno e externo de um possível empreendimento neste segmento; Apresentar um método para acessibilidade da empresa; Analisar o aceitamento do negócio referente a implantação de um hotel para cães.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 - RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO

O Hotel Dog House é um estabelecimento de pequeno porte localizado na cidade do Rio de Janeiro no bairro Barra da Tijuca de em uma área de médio poder aquisitivo para população local, adjacências e para turistas que por ventura estejam na cidade e queiram proporcionar um dia de aventura e bem-estar para o seu animal e temos a pretensão de sucesso na Rua Paulo de Camargo, número 161, Barra da Tijuca, rio de janeiro.

Por ser um lugar fora de casa contamos com espaços temáticos onde você pode deixar o seu cão com a certeza de que está em um lugar seguro e bem cuidado.

O hotel para cães mantém as mesmas políticas de um hotel tradicional, os clientes devem ligar fazer reservas, as acomodações são individuais com espaço coberto e espaço para banho de sol, além de espaço comunitário para socialização e brincadeiras, a empresa disponibiliza meios para buscar e levar seu animal caso o dono tenha dificuldade de locomoção ou horário reduzido.

2.1.1 - DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

A estruturação de um plano de negócio acontece inicialmente para complementar um propósito obtido desde o começo da formação, que é ser o realizador do próprio empreendimento. O qual permitirá uma captação dos assuntos apresentados nos elementos curriculares de idéias iniciais, uma comparação entre a teoria e a prática.

A escolha pela estruturação do negócio no segmento do hotel para cães deu-se em virtude de um reconhecimento de um interesse de possível abertura de uma empresa.

O Hotel Dog House dispõe de uma infra-estrutura completa, atendimento veterinário, tosa, banho e creche (DAY CARE) beleza e bem estar dos cães de estimação. A hospedagem para cães irá compor uma procura existente entre o

público, o qual no momento atual não dispõe de espaço físico ou alguém sério para deixar o seu cão em momentos de distanciamento.



2.1.2 - NATUREZA DO NEGÓCIO

Algumas famílias têm a necessidade de deixar o seu pet na casa de parentes e vizinhos para poder viajar, quando realizam obras em casa e até mesmo quando seu animal necessita de cuidados que o seu dono no momento não tem tempo para tal (dosagem de remédio em período específico e cuidados pós-cirúrgicos domiciliar). A idéia do negócio surgiu na observação que muitas pessoas não têm onde deixar seu animal ou até mesmo não querem incomodar seus familiares e amigos, e estavam deixando de sair para determinados locais, pois não podem levar ou até mesmo não aceitam.

Devido a essa grande dificuldade em encontrar locais que aceitam animais de estimação, nasceu à idéia de um ambiente onde possa deixar seu cachorro na responsabilidade de profissionais competentes e habilitados na ausência de seu dono. Um ambiente com comodidade e conforto.

2.2 – LOGOMARCA



2.3 - DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES

Sendo Raissa Moraes de Pinho Presidente, Brasileira, 27 anos, Casada, Residente e Domiciliada na Rua Irineu de Brito nº 40 Bairro: Magalhães Bastos, Rio de Janeiro – RJ, cursando ensino superior nas Faculdades são José – FSJ, Técnica em Higiene Dental, há 5 anos serve na Marinha do Brasil, dos quais foram dedicados ao departamento de Intendência. Um de seus maiores atributos é o bom convívio com animais é com essa qualidade que pretende dar início ao seu trabalho abrindo um hotel para cães.

Sendo Andreia Pereira da Silveira responsável por Desenvolvimento e Pesquisa, Brasileira, 24 anos, solteira, residente e domiciliada na Rua dos Bangueneses nº 470 Bairro: Bangu, Rio de Janeiro – RJ, cursando ensino superior nas Faculdades São José, Técnica em Contabilidade, atualmente militar da Marinha do Brasil. Um de seus maiores atributos é o bom convívio com animais é com essa qualidade que pretende dar início ao seu trabalho abrindo um hotel para cães.

Sendo Nathalia da Silva Alves responsável pela Administração e Financeiro, Brasileira, 23 anos, Solteira, Residente e Domiciliado na Rua Pitombeiras nº 724 Bairro: Paciência, Rio de Janeiro – RJ, cursando ensino superior nas Faculdades São José – FSJ, com curso básico de gerenciamento geral administrativo e financeiro, informática e administração, Assistente Contábil, há 3 anos exercendo sua função na Empresa Ribeiro Brum Contabilidade dos quais foram dedicados ao departamento de entidades sem fins lucrativos/igrejas. Um de seus maiores atributos é o bom convívio com animais é com essa qualidade que pretende dar início ao seu trabalho abrindo um hotel para cães.

Sendo Vinicius Sérgio Araújo dos Santos responsável pelo setor Comercial, Brasileiro, 24 anos, Solteiro, Residente e Domiciliado na Rua Alice de Freitas nº 37 Bairro: Vaz Lobo, Rio de Janeiro – RJ, cursando ensino superior nas Faculdades são José – FSJ. 4 anos exercendo a sua Função de Gerente na empresa Droga Raia no ramo farmacêutico. O amor e o bom convívio com os animais que pretende dar início ao seu trabalho abrindo um hotel para cães.

2.4 - DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome fantasia: Hotel Dog House
Razão social: Casa do cachorro Moraes Alves Ltda.
CNPJ: 17.367.900/0001.19

2.5 - MISSÃO VISÃO E VALORES DA EMPRESA

● MISSÃO:

O Hotel Dog House nasceu da vontade de instituir na Zona Oeste um centro de referência e excelência na hospedagem para cães, com objetivo de proporcionar aos proprietários, tranquilidade no momento de viajar e confiança pra deixar seus cachorros nas mãos certas, pois oferecemos divertimento sem abrir mão da segurança, do conforto e saúde dos pets como se estivessem em casa.

● VISÃO:

Ser reconhecida como referencial de excelência no mercado de hotelaria canina, tornando-se líder de qualidade e confiança. Sempre buscando aprimoramento nas relações de cuidado e carinho, garantindo sempre diversão e segurança.

● VALORES:

- Ter a preferência do cliente
- Segurança dos cães acima de tudo
- Famílias respeitadas e realizadas
- Excelência com simplicidade e amor
- Profissionais com qualidade e responsabilidade

2.6 - SETORES DE ATIVIDADES

Prestação de serviço de hotelaria para cães

2.7- FORMA JURÍDICA

Sociedade simples

2.8 - ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Simples nacional.

2.8.1 – Exigências Legais

Consulta Comercial

Contrato Social

Solicitação do CNPJ

Solicitação da Inscrição Estadual

Alvará de licença

Registro na Secretaria Municipal de Fazenda

Cadastro na Previdência Social

Atividades Principais: 75000-1/00 Atividades Veterinárias

9609-2/03 Alojamento, Higiene e Embelezamento de

Animais

0162-8/03 Serviço de Manejo de Animais

2.9 - FONTE DE RECURSOS

Recursos próprios.

3. ANÁLISE DE MERCADO

Percebe-se que os donos de cães estão se tornando consumidores a cada dia mais exigentes e preocupados com o bem estar de seus animais, eles são considerados parte da família, esses consumidores exigem produtos com qualidade elevada para tratamento de seus cães e desejando cada vez mais profissionais capacitados para cuidar de seus pets. “Segundo pesquisa feita em 2013 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), estima-se que 44,3% dos domicílios no Brasil tenham pelo menos um cachorro e 17,7%, pelo menos um gato. Isso representa uma população estimada de 52,2 milhões de cães e de 22 milhões de gatos.” (Fonte SEBRAE)

O hotel para cães domésticos está ligado de forma intimamente ao ramo de turismo. A principal razão que leva as pessoas deixarem seus animais em hotéis com esse é por motivo de viagens turísticas. O Rio de Janeiro está classificado com um dos principais destinos dos turistas mundialmente falando, tendo batido o recorde no ano de 2016 com 6,6 milhões de turistas estrangeiros. O crescimento no número de viagens nacionais e internacionais pode impactar positivamente na demanda por esse tipo de serviço.

3.1 - PÚBLICO ALVO

Os principais clientes de um hotel específico para cães são famílias de classe A e B. Pessoas que possuem um animal de estimação, que necessitam viajar, e que não tem como levar seu animal, mas não podem se hospedar junto a eles, pois grande parte dos hotéis não permitem esse tipo de hospedagem. Apesar de o hotel receber cães de donos com outros perfis, esse é o principal.

3.1.1 - COMPORTAMENTO DO CLIENTE

Como em qualquer tipo de negócio se tem como objetivo principal conhecer o perfil do seu cliente e o que ele consome, como, onde, quando e porque consome,

tais perguntas podem ser feitas através de pesquisas em corpo a corpo nas ruas ou em redes sociais.

PESQUISA:

“Segundo a pesquisa, os fatores sociais influenciam de forma direta na opinião dos clientes, no Brasil, 44,3% dos 65 milhões de domicílios possuem pelo menos um animal de estimação, de acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia estatística (IBGE), atualmente, há mais de 30 milhões de cães no país, proprietários de cães são em 51% casados, com média de 41 anos e 93% moram com mais de uma pessoa, 24% adotaram seus cães sendo 59% deles sem raça definida, na ultima pesquisa publica 44% dos donos de cachorros tem os mesmo como filhos e 64% deixam seus “filhos” dormirem dentro de casa.

Em média os donos de cães gastam R\$ 300,00 por mês com seus pets, o Brasil mesmo com dificuldades na economia esta em constante crescimento quando se trata desse mercado, de forma com tanto desenvolvimento e apego pelos cães, seus tutores estão mais exigentes, desejando cada vez mais profissionais capacitados, serviços minuciosos e produtos de alta qualidade com atendimento padrão.

As viagens também têm se tornado um hábito cada vez mais constante da população de classe A, B e C. O Rio de Janeiro, sempre foi destino certo para os turistas que desejam vir ao Brasil, o estado se tornou mais atrativo depois das olimpíadas e da copa do mundo, se tem um estado que se beneficiou dessa grande oportunidade de sediar esses grandes eventos e com isso se desenvolveu foi o estado dos cariocas.

Dessa forma temos como clientes principais, pessoas que amam seus animais de estimação e adoram viagens, ao unificar essas duas paixões entram no conflito com tamanha deficiência do que se refere onde deixar seus cães com profissionais totalmente capacitados para cuidar nos mínimos detalhes e com o tamanho amor que eles recebem em casa.

3.1.2 - ÁREA DE ABRANGÊNCIA

O Hotel Dog House atende clientes que moram em Barra da Tijuca, ou proximidades tais como Jacarepaguá, Recreio dos Bandeirantes, Copacabana, Vargem Pequena e adjacências.

3.2 – ANÁLISE DOS CONCORRENTES

EMPRESA	DOG HOUSE	HOTEL PRA CACORRO RJ	BON VOYAGE HOTEL PARA ANIMAIS	ROYAL FASHION PET RESORT
QUALIDADE	Layout e aparência	16 anos de hospedagem	19 anos de hospedagem	Boa reputação
PREÇO DA HOSPEDAGEM	*R\$665,00 (sete dias) R\$ 264,00 (final de semana)	*R\$ 480,00 (sete dias) *R\$ 300,00 (final de semana)	*R\$ 910,00 (sete dias) *R\$ 390,00 (final de semana)	*R\$ 1050,00 (sete dias) *R\$ 294,00 (final de semana)

CONDIÇÃO DE PAGAMENTOS	*Dinheiro *Cartão *Deposito *Cheque *Boleto bancário	*Dinheiro *Cartão	*Dinheiro *Boleto bancário	*Dinheiro
PREÇO DO TRANSPORTE	Já incluso na hospedagem	Já incluso na hospedagem	R\$ 110,00 (média) Conforme o bairro	R\$ 140,00 (média) Conforme o bairro
LOCALIZAÇÃO	Barra da tijuca	Flamengo	Tanque	Vargem grande
ATENDIMENTO	*Loja física *Telefone *Redes sociais *E-mail	*Telefone *E-mail		*Telefone *E-mail
HORARIO DE FUNCIONAMENTO	24 horas por dia	*Segunda a sexta 08h-21h *Sábado-domingo 08h-19h	Segunda a Sábado 09h-17h	*Segunda a sexta 09h-12h/13h-17h *Sábado 08h-13h
GARANTIA OFERECIDA	*Veterinário 24 horas *Profissionais qualificados	Buscar e entregar o cão no local desejado	Certificado do conselho regional de medicina veterinária	Diversão e alegria
SERVIÇO AO CLIENTE	*Reserva por telefone e e-mail. *Produtos rigorosamente escolhidos	Reserva somente por telefone	Reserva pelo site	Reserva pessoalmente

3.3 – ANÁLISES DOS FORNECEDORES

PRODUTO	FORNECEDOR	QUANTIDADE	PREÇO
Ração Premier Golden Special Cães Adultos	Petlove	20 KG	R\$ 137,90
Ração Premier Golden Formula Cães Sênior	Petlove	15 KG	R\$ 119,90
Ração Premier Golden Mega Cães Filhotes	Petlove	15 KG	R\$ 124,90
Ração Pedigree Sachê	Petlove	100 Gramas	R\$ 1,99

Suplemento Organnact Sachê de Palitos	Petlove	160 Gramas	R\$ 25,25
Antipulgas e Carrapatos Elanco confortis 140mg para Cães de 2,3 a 4 KG	Petlove	3 comprimidos	R\$ 88,90
Antipulgas e Carrapatos Elanco confortis 270mg para Cães de 4,5 a 9 KG	Petlove	1 comprimido	R\$ 52,90
Antipulgas e Carrapatos Elanco confortis 560mg para Cães de 9 a 18 kg	Petlove	1 comprimido	R\$ 52,90
Antipulgas e Carrapatos Elanco confortis 810mg para Cães de 18 a 27 KG	Petlove	3 comprimidos	R\$ 129,90
Antipulgas e Carrapatos Elanco confortis 1620mg para Cães de 27 a 54 KG	Petlove	3 comprimidos	R\$ 150,90
Vermífugo Biovet Vermivet Iver 330mg para Cães	Petlove	2 comprimidos	R\$ 21,50
Antifúngico Ibaso Cetoconazol para Cães	Petlove	200 ml	R\$ 64,90
Antialérgico Coveli Alergovet C	Petlove	1,4 MG	R\$ 41,00
Anti-Inflamatório Cepav Alcant 5mg Cães	Petlove	10 comprimidos	R\$ 17,90
Antibacteriano Agener União Zelotril	Petlove	12 comprimidos	R\$ 27,90
Antibiótico Doxitec Syntec	Petlove	16 comprimidos	R\$ 32,90
Sarnicida em Spray Coveli Tetisarmol	Petlove	125 g	R\$ 59,50
Floral Animal Polinize Spray Latido Exagerado	Petlove	50 ml	R\$ 27,90
Floral Animal Polinize Spray medo	Petlove	50 ml	R\$ 27,90
Floral Animal Polinize Spray Hiperatividade	Petlove	50 ml	R\$ 27,90
Floral Animal Polinize Spray ansiedade	Petlove	50 ml	R\$ 25,90
Floral Animal Polinize Spray Carência	Petlove	50 ml	R\$ 27,90
Floral Animal Polinize Spray Agressividade	Petlove	50 ml	R\$ 24,90
Floral Animal Polinize Spray Depressão	Petlove	50 ml	R\$ 12,90
Floral Animal Polinize Spray Necessidades Fisiológicas	Petlove	50 ml	R\$ 24,90
Lenço umedecido pet clean para cães	Petlove	75 Unidades	R\$ 12,90
Fralda descartável petlimp macho ou fêmea	Petlove	10 Unidades	R\$ 15,90
Escova de dente ferplast gro 5939 para cães	Petlove	2 unidades	R\$ 7,90
Creme dental escovet denti carne	Petlove	65 g	R\$ 59,90
Shampoo pet clean 3 em 1 para cães	Petlove	5 litros	R\$ 42,90
Condicionador super seção	Petlove	5 litros	R\$ 47,90
Colônia collie macho para cães	Petlove	500 ml	R\$ 48,80
Colônia collie Fêmea para cães	Petlove	500 ml	R\$ 70,90
Colônia collie baby para cães	Petlove	500 ml	R\$ 41,80
Spray bucal pet clean sabor menta para cães	Petlove	120 ml	R\$ 10,90
Entrex	Mercearia do Animal	8 g	R\$ 11,90
Vacina V8	Prismapet	1 ml / dose	R\$ 25,90
Vacina V10	Prismapet	1 ml / dose	R\$ 29,90
Vacina Raiva	Prismapet	1 ml / dose	R\$ 15,99
Vacina Tosse / Pneumonia	Prismapet	1 ml / dose	R\$ 29,90
Vacina Giárdia	Prismapet	1 ml / dose	R\$ 43,99

Vacina Puppy	Prismapet	1 ml / dose	R\$ 39,90
Vacina Baby	Prismapet	1 ml / dose	R\$ 10,90
Gases 9 fios estéril	Prismapet	500 pacotes	R\$ 81,67
Álcool em gel	Prismapet	12frascos-60 ml	R\$ 12,00
Luvas de Procedimento látex	Prismapet	100 unidades	R\$ 14,99
Algodão	Prismapet	500 g	R\$ 3,50
Atadura Crepom	Prismapet	12 unidades	R\$ 2,83

4. PLANO DE MARKETING

O plano de marketing é uma ferramenta fundamental na administração de uma empresa, que é utilizada periodicamente e atualizada conforme a necessidade, pois contribui aos realizadores a adequar as invariáveis transformações do mercado, observar tendências e com isso ter um diferencial obtendo vantagens para com seus concorrentes.

4.1– DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

O Hotel Dog House oferecerá para o pet e seu dono diversidade e variedade, e mantendo a qualidade e excelência nos seguintes serviços, que poderá ser solicitado junto a empresa: o serviço de recolhimento e entrega do animal em domicílio (TaxiDog), Alimentação (pet food), que inclui rações e petiscos em geral.

Cuidados veterinários (pet vet), composto por medicamentos veterinários e atendimento. Serviços para animais de estimação (pet serv), que inclui serviços de hospedagem e creches. Cuidados com os animais (pet care), focado em equipamentos, acessórios e produtos de higiene e beleza, prestação de serviços adicionais, como banhos, tosa, natação, treinamentos para cães ministrados por adestradores.

4.2 – PREÇO

Hospedagem sem pernoite:

TAMANHO – PORTE	SEGUNDA A QUINTA	SEXTA A DOMINGO E FERIADOS
PEQUENO	R\$ 85,00	R\$ 100,00
MÉDIO	R\$ 95,00	R\$ 110,00
GRANDE	R\$ 105,00	R\$ 120,00
GIGANTE	R\$ 130,00	R\$ 145,00

- Transporte opcional
- Ração inclusa durante toda hospedagem (Premier Gold)
- Banhos somente necessários
- Medicamentos e produtos de higiene especificos do animal somente com autorização de veterinário e com o termo de responsabilidade assinado pelo dono e deverá ser pago taxa por serviços extras.

Hospedagem com pernoite:

TAMANHO – PORTE	SEGUNDA A QUINTA	SEXTA A DOMINGO E FERIADOS
PEQUENO	R\$ 100,00	R\$ 115,00
MÉDIO	R\$ 110,00	R\$ 125,00
GRANDE	R\$ 130,00	R\$ 145,00
GIGANTE	R\$ 150,00	R\$ 165,00

- Transporte opcional grátis
- Ração inclusa durante toda hospedagem (Premier Gold)
- Banhos durante hospedagem, sempre que necessário
- Medicamentos e produtos de higiene específico do animal somente com autorização de veterinário e com o termo de responsabilidade assinado pelo dono e deverá ser pago taxa por serviços extras.

Aplicação de vacina

VACINA	VALOR
Vacina V8	R\$ 70,00
Vacina V10	R\$ 75,00
Vacina Raiva	R\$ 65,00
Vacina Tosse – Pneumonia	R\$ 85,00
Vacina Giárdia	R\$ 120,00
Vacina Puppy	R\$ 110,00
Vacina Baby	R\$ 55,00

Banho de tosa

TAMANHO PORTE	BANHO	BANHO + TOSA HIGINICA	BANHO + TOSA
CÃES ATÉ 5 KILOS	R\$ 40,00	R\$ 50,00	R\$ 70,00
CÃES ATÉ 10 KILOS	R\$ 50,00	R\$ 60,00	R\$ 80,00
CÃES ATÉ 15 KILOS	R\$ 60,00	R\$ 70,00	R\$ 90,00
CÃES ATÉ 20 KILOS	R\$ 75,00	R\$ 85,00	R\$ 105,00
CÃES ATÉ 40 KILOS	R\$ 110,00	R\$ 125,00	R\$ 140,00

Transporte

LOCAL	VALOR
Jacarepaguá	R\$ 80,00
Barra da Tijuca	R\$ 50,00
Zona Sul	R\$ 120,00
Demais bairros	R\$ 150,00

Consulta

HORARIO	VALOR
08:00h às 18:00h	R\$ 80,00
18:00h às 00:00h	R\$ 100,00
00:00h às 08:00h	R\$ 140,00

4.3– ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

O Hotel Dog House terá os seus serviços divulgados através de propagandas e Promoções fidelizando sempre os nossos clientes. As propagandas do Hotel Dog House serão feitas através da distribuição de panfletos em pontos estratégico, como Barra shopping, Alvorada, Barra Garden, e a colocação de cartazes em bairros com alta concentração de renda. Outra ferramenta de propaganda que será utilizada é a criação de uma página na internet para a divulgação dos principais dos serviços oferecidos pela empresa e também para manter um canal de comunicação direta com os nossos clientes.

A Promoção do Hotel dog House é qualquer atividade que objetiva para incrementar o numero de clientes do nosso estabelecimento, ela será feita de promoções que garantam um aumento cada vez maior de clientes, como por exemplo, a cada 5 indicações ganha um desconto de 40% na próxima check-in. As promoções serão frequentes e variadas visando motivar os cliente a ser fiel a nossa empresa.

4.4 – ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A estrutura de gerenciamento administrativo, financeiro e marketing do Hotel Dog House, será composta por quatros sócios da empresa onde terão como objetivo manter a qualidade do serviço, organização, controle de estoque, relatórios, atendimentos, serviços prestados, aperfeiçoamento de pessoal, (veterinários, recepcionistas, motoristas e adestradores/cuidados), que integrarão o quadro de funcionários, com foco que a empresa se torne uma das melhores o mercado.

4.5 – LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

O hotel Dog House, localiza-se na Rua Paulo de Camargo, número 161, no bairro Barra da Tijuca, na cidade do Rio de Janeiro.

A rua possui movimentação intensa da população local e de turista, tendo ao redor do estabelecimento mais de dez hotéis, dezenas de shoppings e pontos turísticos como parque olímpico, campo de golfe, bosque da barra, museu da seleção Brasileira, Lagoa de Marapendi, Parque Natural entre outros.

É um local bastante conhecido da população de uma forma geral, que possui fácil localização, com fácil acesso tanto de transporte público (BRT, ônibus e Metrô), particular e outros como as empresas que prestam serviços de transporte (Uber, 99 taxi e outros).

A Barra da Tijuca é um bairro em constante desenvolvimento devido seus grandiosos eventos, Copa do Mundo, Olimpíadas e grandes festas sociais e sua diversidade de shows, atraindo estrangeiros para diversão e investimento no local, aumentando e desenvolvendo os setores comerciais e imobiliários do bairro.

A barra da Tijuca com seus quilômetros de extensão tem chamado bastante atenção, a praia da Barra se tornou atração certa da população local e dos turistas, no último ano o bairro obteve um aumento de 20% de visitantes estrangeiros, atualmente um visitante gasta em média R\$ 180,00 reais por dia de visita, o bairro vem tendo aumento populacional constantemente, pois tem como atributo boas escolas, clubes, pontos de encontros sociais e hospitais.

Temos como maioria da população do bairro empresários de diversas áreas e artistas. O bairro tem como renda média per capita anual dos moradores um dos melhores números do estado e com uma boa idade média quando se trata de expectativa de vida, pelo conforto do local trazendo boa qualidade e melhoria de vida.

5 – AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Toda empresa deve mostrar como irá competir no mercado e definir estratégias para definir metas.

A estratégia é a combinação entre os fins que a empresa busca e os meios utilizados, utilizados os fins devem originar os meios, ou seja, que a definição da meta dê origem a ação e não o contrário, ao estabelecer estratégias avaliem os pontos fortes e fracos da sua empresa e as ameaças e oportunidades proporcionadas pelo ambiente externo isso pode ser feito através da técnica conhecido como F.O.F.A. sigla para Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças uma ferramenta simples e eficaz.

5.1 – ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A.

A matriz mostra os pontos fortes da empresa, onde serão explorados ao máximo, já os pontos fracos que necessitam ser trabalhados e aperfeiçoados para que ocorra constante melhoria e desenvolvimento serão acompanhados de forma minuciosa e intensa para ajudar no resultado da empresa com melhor desempenho.

<u>1.1 FORÇAS</u>	<u>1.2 OPORTUNIDADES</u>
Equipe comprometida	Mercado em evolução

Imagem de confiança	Constante desenvolvimento no turismo
Proximidade do aeroporto	Melhora no poder aquisitivo
Estacionamento próprio	Novos clientes
Localização Privilegiada	Extensão de unidades
Mão de obra qualificada	
Serviço de reserva	
Boa estrutura	
Qualidade do serviço	
<u>1.3 FRAQUEZAS</u>	<u>1.4 AMEAÇAS</u>
Alto investimento	Crescimento da concorrência
Pouca divulgação internacional	Crise econômica
Falta de marketing agressivo	Clientes exigentes
Falta de experiência no ramo	Redução do mercado
Restrição orçamentária	Competitividade por preços
Alto preço do serviço prestado	
Mudança na tributação	
Preço de materiais elevados	

6 – CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Este estudo tem como objetivo principal montar um Hotel para Cães “HOTEL DOG HOUSE”. O trabalho teve início explorando os temas estratégia, plano de marketing para o seu principal desenvolvimento. Com isso o nosso foco foi a construção e desenvolvimento do trabalho, inclusive a metodologia e análise detalhada para desenvolvermos uma empresa sólida financeiramente seguindo todos os padrões contábeis e jurídicos.

7 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACESSO:11 Novembro 2017

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

Acesso: 09 Outubro 2017

http://www.concla.ibge.gov.br/imagens/concla/downloads/cnae21_notas_explicativas.pdf

Acesso.: 12 de Outubro de 2017

https://www.google.com.br/destination/map/topsights?q=pontos+turisticos+na+barrameda+tijuca+rj&hl=ptBR&site=search&output=search&dest_mid=/g/11b76h6hc0&sa=X&ved=0ahUKEwig0smY6LfXAhUIxpAKHWFDA5gQ6tEBCCsoBDAA

<http://www2.uol.com.br/infopessoal/noticias/ HOME OUTRAS 1686965.shtml>

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/populacao/2098-np-censo-demografico/9662-censo-demografico-2010.html?edicao=10503&t=resultados>

<http://atacama.ind.br/guia-como-montar-um-pet-shop/>

[file:///C:/Users/Nathalia%20Alves/Downloads/Hotel%20para%20animais%20dom%C3%A9sticos.%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Nathalia%20Alves/Downloads/Hotel%20para%20animais%20dom%C3%A9sticos.%20(2).pdf)

<http://www.merceariadoanimal.com.br/>

<http://www.aicveterinaria.ind.br/blog/11-08-2016-que-cuidados-basicos-devo-ter-com-o-meu-cachorro/>

<http://tudosobrecachorros.com.br/vacinas/>

<http://www.cachorroverde.com.br/quanto-dinheiro-voce-esta-jogando-fora-com-vacinas-para-pets/>

Acesso.: 15 de Outubro de 2017

<http://primapet.com.br/vacinastecimportadas.html>

<https://www.drluvas.com.br/compre-no-atacado/luvas2>