



Pet Dreams

Criação de um kit de Scrapbook para cães

Preparado por Sabrina Vaghetti Claro Pereira, graduada em Design pela ESPM-RS, sob a orientação da Profa. Ani Mari Hartz Born da ESPM-RS¹

Recomendado para as disciplinas de: Marketing (Administração), Lançamento de Novo Produto (Publicidade), Projeto VI B (Design)

Resumo

Este caso conta a atuação da Pet Dreams no mercado porto alegreense de pet shop e destaca o lançamento do primeiro produto com sua marca. Em três anos e meio a empresa teve seus altos e baixos em termos de faturamento e a proprietária Claudia, após várias análises, percebeu uma oportunidade para ser explorada. Diante deste cenário, uma designer contratada propôs a criação de um kit de scrapbook para cães com a marca Pet Dreams.

Palavras-chave

Design de superfície. Novo produto.

Resumo

This case presents the actuation of Pet Dreams in the pet shop market of Porto Alegre, RS, Brazil and detach the launch of the first product of its mark. In three-and-a-half years the company has had its ups and downs in terms of billing and pet shop owner, Claudia, after several tests, saw an opportunity to be exploited. In this scenario, a designer hired proposed the creation of a scrapbook kit for dogs with Pet Dreams mark.

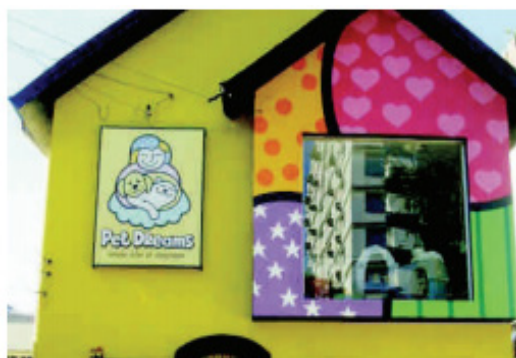
Palavras-chave

Design of surface. New product.

Janeiro/2009.

¹ Este caso foi escrito inteiramente a partir de informações cedidas pela empresa e outras fontes mencionadas no tópico "Referências". Não é intenção das autoras avaliar ou julgar o movimento estratégico da empresa em questão. Este texto é destinado exclusivamente ao estudo e à discussão acadêmica, sendo vedada a sua utilização ou reprodução em qualquer outra forma. A violação aos direitos autorais sujeitará o infrator às penalidades da Lei. Direitos Reservados ESPM.

A Pet Dreams

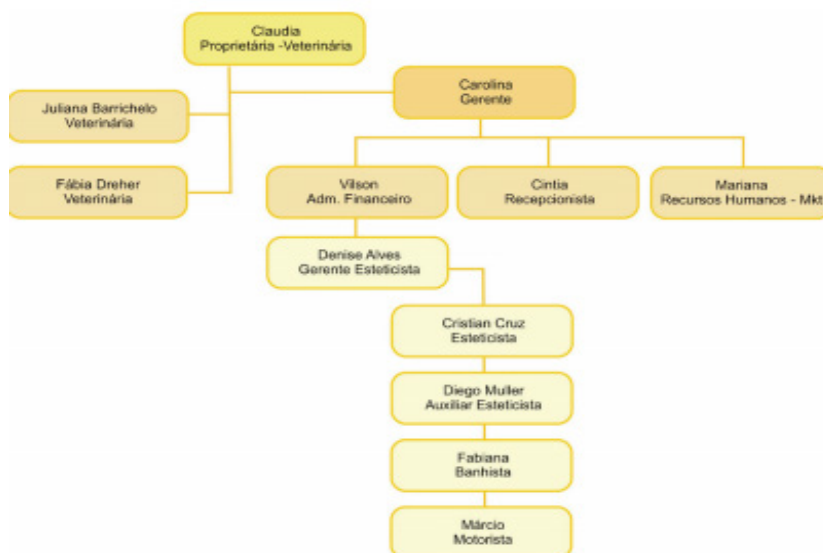


Fachada da Pet Dreams

Fonte: A autora

A Pet Dreams foi inaugurada em 23 de junho de 2005 na Rua Anita Garibaldi, no bairro Mont Serrat, em Porto Alegre/RS, pela médica veterinária Cláudia Baur. Em seu segundo dia de funcionamento, a empresa participou do programa de televisão “Vida e Saúde” exibido pela RBS TV aos sábados, e, com apenas três meses de abertura foi eleita pela revista Veja uma das 10 melhores Pet Shops de Porto Alegre. Nos anos de 2006 e 2007 participou de programas de televisão como “Bom Dia Brasil” e “Kzuka”, ambos exibidos pela RBS TV e também no canal da TV Ulbra. Além disso, em 2007, participou de uma matéria sobre os seus serviços diferenciados na Revista Nome e Sobrenome e também esteve presente em uma matéria do Jornal do Comércio que apresentava o mercado crescente de hotel para cachorros.

Além da proprietária-diretora, a equipe é formada por onze colaboradores distribuídos nas diversas funções, conforme o organograma.



Organograma da Pet Dreams

Fonte: A autora

Claudia tem claro o posicionamento atual da empresa, quando perguntada, não hesita em dizer que “A Pet Dreams quer ser reconhecida como uma empresa com produtos diferenciados para um público pertencente às classes sociais A e B”.

A empresa oferta um rol de produtos e serviços. Entre os serviços estão: Pet Shop; ofurô (banhos relaxantes, medicinais e hidratantes); hotel; tele-busca; estética (banho e tosa a tesoura; banhos medicinais; hidratação; tintura; clareamento; revitalização de pêlos); Day Care (creche); adestramento; dog walker; acupuntura; centro clínico (cirurgia em geral; consultas; vacinas; limpeza de tártaro; reabilitação física para perda de peso; tratamento pós-cirúrgico; nutrição animal); dermatologia; fisioterapia; homeopatia; ecografia; documentação para viagens no Brasil e Exterior e microchipagem. Alguns preços de serviços têm uma variação conforme o tamanho do animal, como por exemplo, banho para cães de raça grande no valor de 50 reais, já banho para gatos no valor de 22 reais.

Quanto aos produtos, há tanto os nacionais quanto os importados: acessórios, coleiras de strass, rações, brinquedos, ossos, petiscos, bolo, potinhos para alimentação, roupas, camas, guias, caixas de transporte, produtos com orientação farmacêutica, medicamentos e suplementos alimentares. Há uma variedade de marcas, porém a empresa até então não possuía um produto com a marca própria.

Os preços dos produtos também são os mais diversos, como por exemplo, encontra-se um mordedor por 15 reais e uma cama Pet Poltrona por 160 reais.

O faturamento da empresa vem se apresentando instável. Há meses em que o faturamento gira em torno de 45 mil reais e em outros no valor de 200 mil reais. Para se ter uma ideia, os serviços são responsáveis por aproximadamente 65% desse faturamento e a margem de lucro é pequena na comercialização dos produtos.

A divulgação da Pet Dreams se resume a um site (www.petdreams.com.br) que possibilita a venda de produtos; o e-mail marketing que é enviado quinzenalmente aos clientes e ações de integração de proprietários de animais domésticos, como por exemplo, encontros de raças nos parques.

A Concorrência

Existe uma forte concorrência de Pet Shops em Porto Alegre e Claudia delimita os concorrentes da Pet Dreams com base em dois atributos: localização próxima da sua loja (bairros Mont Serrat, Moinhos de Vento e Auxiliadora) e que disputam o mesmo mercado-alvo (pessoas das classes sociais A e B). Neste contexto, há a Pet Grooming Place, a Animal & Cia, a Clínica Veterinária Mundo Animal e a Pet Shop Bicho Papão.

Breve análise dos concorrentes.

Concorrente	Informações Gerais	Produtos E Serviços	Preço	Praça	Promoção
Grooming Place	Está no mercado há mais de 10 anos, e nos 2 últimos anos na praia de Atlântida no Litoral Gaúcho.	Estética Clínica Geral Comercialização de animais <i>Day Care</i>	A consulta tem um preço fixo de R\$ 60,00	Rua Coronel Bordini, 246 (bairro Moinhos de Vento)	Site de busca (h.com)
Animal & Cia	Os proprietários são veterinários e atendem seus clientes há alguns anos.	Estética Clínica Geral Comercialização de Animais	A consulta tem um preço fixo de R\$ 48,00	Rua Silva Jardim, 28 (bairro Auxiliadora)	Lista telefônica nas páginas amarelas
Mundo Animal	Apresenta diversidade nos serviços prestados e com atendimento 24h.	Estética Clínica Geral Diagnóstico mais aprofundado oferecido para outras <i>pet shops</i>	A consulta tem um preço fixo de R\$ 65,00	Rua 24 de Outubro, 1201 (bairro Moinhos de Vento)	Anúncio em rádios locais; Possui site, porém está em construção; Site de busca (google)
Bicho Papão	Inaugurada em 2007 com uma proposta de atendimento diferenciado.	Estética Clínica Geral Odontologia Ortopedia Cardiologia Endocrinologia Anestesiologia Rações Produtos de "moda"	A consulta tem um preço fixo de R\$ 60,00	Rua Silva Jardim, 310 (bairro Mont Serrat)	<i>Folders</i> ; ações de promoção de vendas para o público local; ações de integração com a <i>pet shop</i> , através de cafés da manhã oferecidos gratuitamente; site; realiza encontro das raças na praça Encol e Parcão

Fonte: Elaborado pela autora

Além de analisar a concorrência, Claudia costuma pesquisar sobre o mercado consumidor.

O Mercado

Segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Alimentos para Animais de Estimação (Anafal Pet), o Brasil tem a segunda maior população de animais domésticos do mundo, atrás somente dos Estados Unidos. São 28,8 milhões de cães, 13 milhões de gatos e 4 milhões de outros pequenos animais no país, entre espécies exóticas ou não, que alimentam o potencial desse mercado.

De acordo com o último levantamento realizado pela Associação dos Prestadores de Serviços ao Mercado Pet (Assofauna) em 2005, 63% das famílias brasileiras de classe A e B possuem animais de estimação e os consideram como membros da família (RAMARI, 2008).

Segundo especialistas, quem mantiver um mix de produtos sempre variado e com novidades mensais tem chance de delimitar seu espaço no mercado.

Pelas ruas da cidade, as lojas especializadas em artigos e serviços para animais de estimação se multiplicam. O setor se especializou e as lojas apostam em diferenciais como banhos de ofurô com pétalas de rosas e hotéis para cães, na tentativa de driblar a concorrência no setor. Comercializam produtos para animais de estimação como alimentos, perfumes, acessórios, remédios, roupas, camas e brinquedos. Os serviços oferecidos também são variados: banho e tosa, táxi, creches, hotéis, dentistas, salões de beleza, medicina alternativa, tratamento dentário

e muito mais.

Uma dica para diferenciar-se da concorrência é prestar muita atenção nos clientes e nas suas necessidades. Desta observação, muitas vezes surge a ideia de um produto ou um serviço novo, exclusivo, que poderá ser muito lucrativo, principalmente para o primeiro que lançá-lo no mercado.

Oferecer diversidade também é uma boa forma de se destacar no mercado, mas é necessária atenção a um ponto: para acompanhar as novidades e lançamentos do mercado, atualizando a oferta de produtos de acordo com a demanda de seus clientes, não é aconselhável investir muito em estoque, ou pode-se correr o risco de ter algumas mercadorias encalhadas.

Embora um pet shop seja a face mais visível desse mercado recheado de comportamentos excêntricos, uma série de outras atividades começa a despontar para abastecer suas prateleiras. Produtos de beleza, roupas especiais e brinquedos são algumas das alternativas. No mercado encontramos Pet Shops que vendem desde produtos básicos de alimentação, higiene e beleza, até as mais sofisticadas, que comercializam roupinhas de grifes famosas (YABIKU, 2006).

Hoje, cresce o mercado para produtos e serviços de luxo. O Brasil é o terceiro maior mercado mundial de animais de pequeno porte, movimentando R\$ 14 bilhões por ano, sendo R\$ 4,2 bilhões nos segmentos mais sofisticados a cada 12 meses e cresce até 15% ao ano, abrindo espaço para empreendedores (YABIKU, 2006). Para se ter uma ideia, em Porto Alegre, é encontrada cerca de 230 pet shops (HAGAH, 2009).

A localização é muito importante para o sucesso do empreendimento. Se for possível, escolher um local com fácil estacionamento ou estacionamento próprio, com certa tranquilidade e que seja sempre de fácil acesso. O estabelecimento deve ser sempre um local limpo e higiênico. Para investir neste promissor ramo de negócio, o empreendedor precisa ter conhecimentos de veterinária ou contar com um profissional da área para atender os animais.

O quadro de funcionários deve ser muito bem qualificado e os profissionais que lidam diretamente com os animais devem ser bem tratados, já que isso faz a diferença no resultado do serviço. Eles também devem ser cuidadosos no trato com os animais, assim como estar atento aos uniformes, pois esse ramo presta serviços muito semelhantes e, com isso, o grande diferencial se torna a primazia do atendimento. Capacitar sempre os colaboradores para que o serviço seja sempre referencial.

De acordo com a diretora de marketing da Pet Society, Marly Fagliar, consumidores não querem adaptar produtos ou serviços para os seus animais. (TERRA, 2007).

Segundo Yabiku (2006), em entrevista para a Revista Cães & Gatos, as famílias, cada vez mais, estão menores, e os adultos buscam uma individualidade expressiva nas suas escolhas de construção familiar. A escolha por um cachorro, muitas vezes, pode ser traduzida como uma compensação por não querer ter filhos ou não tê-los tão cedo, como era de costume nos anos anteriores.

Para compensar o dia-a-dia e em alguns casos de solidão, o ser humano busca hoje a companhia de um animal de estimação e, mesmo sem ter comunicação verbal, sente as manifestações de afeto. Os animais de estimação conquistam lugar na sociedade de consumo de massa só pelo fato de necessitarem e exigirem cuidados especiais. O mercado dos bichos de companhia é sinônimo de vendas e lucros por oferecer uma gama de produtos estéticos, como roupas, educação, transporte, hospedagem e, até mesmo, serviços funerários. O mercado de pet shop do Brasil pode atingir um faturamento anual de até R\$ 1,5 bilhão, mostrando assim o grande potencial que existe (YABIKU, 2006).

A decisão de ter uma marca própria

A proprietária Claudia, especializada em marketing, atenta e inquieta a todo este cenário, telefona para sua consultora Sabrina, da empresa Rosa Design, e agenda uma reunião na manhã seguinte, pois era o momento de pensar em aumentar a abrangência do mix de produtos e o faturamento da Pet Dreams, mas deveria ser algo novo para ofertar ao mercado Porto Alegre e ser o primeiro produto com a marca própria.

Claudia e Sabrina discutiram incessantemente até o final daquela manhã. A designer Sabrina deixa a Pet Dreams com a missão de desenvolver um novo produto com a marca própria, lembrando que o designer que presta serviço em empresas de pequeno porte colabora como um gestor de negócios, planejando o futuro da empresa, assumindo para si a responsabilidade e o papel de produtor de ideias. Este profissional segue as pesquisas de mercado, e nelas encontra um número possível de soluções originais e transforma em produtos de sucesso no mercado (LOBACH, 2001).

A ideia

A designer Sabrina, com posse de todas as informações repassadas por Cláudia e observando as tendências, sugere para a proprietária a criação de um kit completo de Scrapbook, com motivos relacionados ao animal de estimação. A ideia inicial é apenas cães e, futuramente, poderá se estender a outros animais.

É importante destacar que o Scrapbook está surgindo no Brasil. Ele pode ser compreendido também como um “álbum de fotografias” ou como “guarda-memórias” de algum tempo ou idade. É conhecido em vários países e tem uma dimensão enorme nos mercados australiano, americano, canadense e inglês, onde, já virou desejo de criação, uma mania nacional (DIAS, 2003).

A defesa de Sabrina para o desenvolvimento desse produto diz respeito à alta receptividade do mercado de pet shop por produtos novos, e o Scrapbook vai suprir mais um desejo do consumidor, traduzindo mais detalhes nos diversos momentos das pessoas.

O Scrapbook é a arte de contar um momento, uma história registrada em fotos. Ele também pode ser usado como terapia e lembrança do passado para mostrar às futuras gerações o que se passava na época (DIAS, 2003).

A técnica do Scrapbooking existe há mais de cem anos e surgiu como um hobby para guardar memórias de fotografia. Mas ao longo do tempo, os materiais foram se tornando mais atraentes e modernos e hoje o produto está cada vez mais bonito pela industrialização dos materiais aplicados neste processo de artesanato (DIAS, 2003). O Scrapbooking é um hobby criativo e interessante para rever e reviver os instantes do seu cãozinho e serve como terapia pelas horas dedicadas à montagem.

O significado de um álbum de Scrapbooking é principalmente um registro familiar, cultural e emocional que deixamos para as gerações futuras. No álbum de Scrapbooking, conta-se a própria história através das emoções vividas e registradas nos momentos das fotos. São emoções que dão vida e tornam o álbum interessante (ROCHA, 2004). Nesse sentido é possível registrar, por exemplo, o aniversário do animal, seu primeiro banho, acompanhar o crescimento e muitos outros acontecimentos de sua trajetória.

Claudia apostou na ideia de Sabrina que não titubeou para iniciar suas pesquisas sobre artesanato, design, design de superfície, formas, texturas, símbolos, bem como a influência das cores e tipografia para alinhar o produto. Ela buscou aprofundar conhecimento substancial sobre Scrapbook e seus materiais necessários, para desenvolver um conceito de criação para o kit completo de Scrapbook.

O Desenvolvimento do Novo Produto

Sabrina iniciou o desenvolvimento do projeto aplicado baseada na metodologia de Bruno Munari (2001), conforme figura.

Metodologia de Bruno Munari

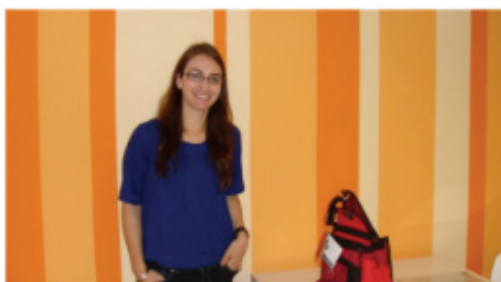


Fonte: Elaborado pela autora a partir de Munari (2001)

De todas as etapas do modelo de Munari (2001) serão destacadas apenas algumas.

Além das pesquisas, Sabrina considerou importante saber a opinião de uma especialista em Scrapbooking para identificar a viabilidade do projeto. Dessa forma, entrevistou Marta Cristina Magnus, proprietária da primeira loja de Scrapbook do Rio Grande do Sul, a Moma Scrap.

Marta Cristina Magnus



Fonte: A autora.

Marta coloca que já teve muitos produtos para animais e em especial para cães e afirma: “São os primeiros a serem vendidos, incrível, mas as pessoas adquirem mais para os animais de estimação do que para bebês”. Marta ainda revelou uma importante informação: “Tenho alguns álbuns prontos para facilitar ou para ter opções de presentes prontos na loja e os de cão são vendidos não importa o preço e tamanho, fica uma fofura e não dura uma semana na loja, embora o custo seja alto (investimento de 130 reais)”.

Parte interna da loja Moma Scrap



Fonte: A autora

Marta ministra alguns cursos em sua loja e quando questionada sobre a reação das pessoas quando elas estão produzindo um álbum para os animais, Marta destaca a reação maravilhada de suas clientes e completa: “Depois de terem feito o curso, geralmente trazem o álbum com as fotos prontas para mostrar e até mesmo o próprio cachorro para conhecermos”.

Após a entrevista, a designer partiu para a fase de criação. Realizou desenhos a mão livre esboçada através de vários modelos de rafis para a elaboração do Kit de Scrapbook para cães.

Um dos modelos de rafis.




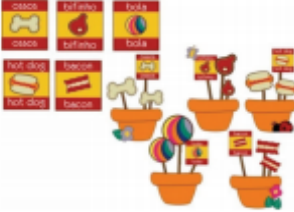




Fonte: A autora

Sabrina destaca que o designer precisa buscar informações sobre os materiais e tecnologias para a execução de cada componente para a realização do projeto. O conhecimento em tipos de impressão, papéis especiais, gramaturas e logística de montagem, são os fatores que devem ser detalhados e setorizados para terem um resultado satisfatório na criação do kit.

Portanto, apresenta-se o quadro com os modelos e os respectivos materiais que serão empregados.

Um dos modelos de rafis

Modelos	Vetor (exemplo)	Material
Folhas com estampas		Papel para as folhas das páginas: Colorido na massa 180gr - fosco
Faixas decorativas		Papel para faixas Pintado na superfície 140gr - fosco
Adesivos autocolantes		Papel com adesivo acrílico aquoso
Adesivos autocolantes		Papel com adesivo acrílico aquoso
Folhas lisas coloridas		Folhas coloridas na massa 80gr - fosco 120gr - fosco 140ge - fosco
Adesivos autocolantes		Papel com adesivo acrílico aquoso Utilizado com fita adesiva de espuma dupla-face 1,5mm
Pré cortados		Papel com adesivo acrílico aquoso Utilizado com fita

A proprietária Claudia acompanhou de perto o processo de desenvolvimento do produto e na época estava ansiosa para ver a solução final. Mas Sabrina comentou que ainda era preciso realizar a etapa de verificação. Nessa fase, a designer realizou uma pesquisa com 10 consumidores, de faixa etária entre 11 anos a 67 anos com objetivo de investigar sobre o uso do kit e seu manual.

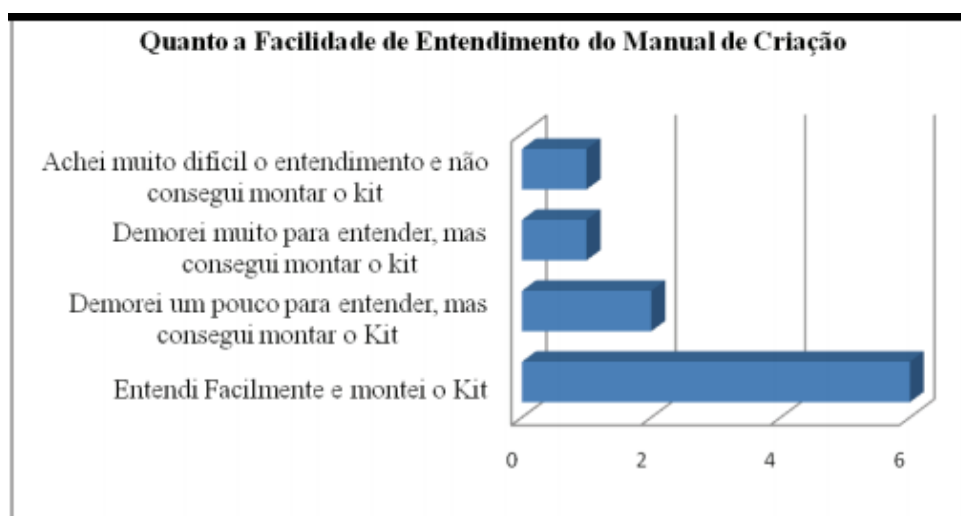
Caracterização dos pesquisados.

Nome	Escolaridade	Idade	Habilidade
Sandra S.	3º grau completo	61 anos	Moderada
Daniel P.	Pós-graduado	39 anos	Fraca
Vera M.	2º grau completo	67 anos	Moderada

Mariane T.	3º grau completo	45 anos	Moderada
Estéfani T.	1º grau incompleto	11 anos	Excelente
Adriane B.	2º grau completo	38 anos	Excelente
Bernardo B.	1º grau incompleto	12 anos	Moderada
Ana H. G.	1º grau incompleto	11 anos	Moderada
Sonia M.	2º grau completo	24 anos	Moderada
Marisa K.	Doutorado	55 anos	Excelente

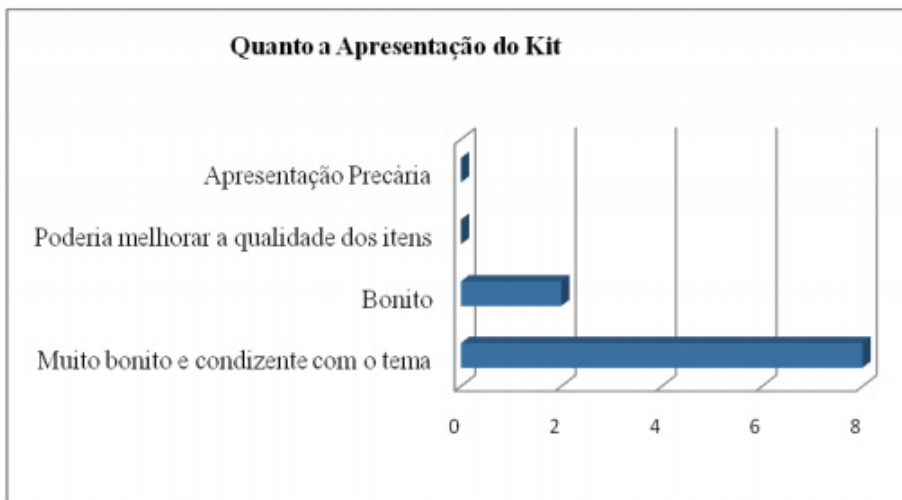
Dentre os resultados encontrados, destaca-se que mais da metade entendeu facilmente o manual de criação e conseguiu montar o kit e a maioria o achou muito bonito e condizente com o tema, conforme gráficos.

Facilidade de entendimento do manual de criação



Fonte: Elaborado pela autora.

Apresentação do Kit Scrapbook Dog



Fonte: Elaborado pela autora

Após a pesquisa de verificação, foram realizados alguns ajustes para melhoria e, por fim, apresentado oficialmente à Claudia, gestora da Pet Dreams.

Embalagem do Kit Scrapbook Dog da Pet Dreams



Fonte: Elaborado pela autora

O Kit Scrapbook Dog da Pet Dreams é composto por cartela autocolante de adesivos: esta cartela é complemento na montagem do kit junto com as fotos; cartela de barras estampadas autocolantes: serve para colocar em páginas lisas e nelas contemplar a decoração junto às fotos; cartela de tag's com ilhoses: para ilustrar alguma página e chamar a atenção, a mesma pode contar uma história personalizada; cartela de chipboard autocolantes: figuras em alto relevo que quando utilizadas enriquecem o projeto; cartela de alfabeto autocolantes: letras e números para montar palavras e nomes; cartela de frases prontas autocolantes: contém frases prontas para um momento específico. Ex: hora do passeio, dia do banho, eu amo meu dono; cartela de envelopes autocolantes: envelopes prontos para inserir alguma lembrança; chipboards: bases pré prontas com estampas e pré layout's onde serão inseridas as fotos e cartelas; botões, botons e fitas: anexadas com cola complementam e decoram; bastão de cola; caneta; carimbo; duas argolas e um manual do usuário.

O novo produto será comercializado a partir de março de 2009 pelo preço de 120 reais, com uma boa margem de lucro. Claudia ainda pensa em colocá-lo em um espaço nobre na Pet Shop, decorado especialmente para ressaltar o produto.

Questões para discussão

1. Diante do cenário estudado por Claudia, o quê você faria para aumentar o faturamento da Pet Dreams?
2. Se você fosse o designer, qual opção de produtos apresentaria ao gestor da Pet Dreams?
3. Se você fosse o gestor da empresa, qual ação de comunicação desenvolveria para a divulgação desse novo produto?
4. Em sua opinião, a proposta do Kit Scrapbooking Dog foi adequada? Você mudaria algo?

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO Nacional dos Fabricantes de Alimentos para Animais de Estimação. Dados do mercado. Disponível em: < <http://anfalpet.org.br/Site/principal.php>>. Acesso em 10 dez. 2008.
- CRECHE, FISIOTERAPIA E FLORAIS. Nome & Sobrenome, Porto Alegre, Ed. 3, ano 1, jul. 2007.
- DIAS, Cristiane. Disponível em: < <http://www.scrapbookbrasil.com>>. Acesso em 28 dez 2008.
- ESTEVES, Ana. Férias boas para cachorro. Jornal do Comércio, Porto Alegre, Ed. 24 e 25, dez. 2007.
- HAGAH. Guia local. 2009. Disponível em: <<http://www.hagah.com.br/locais/jsp/default.jsp?action=search&local=1&uf=1®ionId=1&category=&genre=&page=&seed=&filter=&letter=&genreFilter=&categoryFilter=&origem=&what=pets+shop&where=&locale=C1&x=38&y=13>>. Acesso em: 20 jan. 2009.
- LOBACH, Bernd. Design Industrial: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Edgard Blucher Ltda, 2001.
- MUNARI, Bruno. Das Coisas Nascem Coisas. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- PORTO Alegre: O melhor da cidade, serviços e endereços. Veja, São Paulo, set. 2005.
- RAMARI, Thiago. Jornal O Diário do Norte do Paraná. 17 out. 2008. p.A3. Disponível em: <<http://www.odiariomaringa.com.br/digital/2008/10/17/pagina3.swf>>. Acesso em 10 dez. 2008.
- ROCHA, Anapaula. Princípios de Design aplicado ao Scrapbooking. 20 out. 2004. Disponível em: <<http://www.scrapbookbrasil.com/resources/showarticle.php?fldAuto=48&faq=6>>. Acesso em 20 dez. 2008.
- TERRA, Thiago. Marketing Animal: mercado Pet cresce com exigências de novos consumidores. Disponível em: <<http://www.mundodomarketing.com.br/materia.asp?codmateria=2118>>. Acesso em 13 dez. 2008.
- YABIKU, Roger Moko. Caes & Cia, São Paulo, Ed. 331, ano XXVII, dez. 2006.