

## LOJA DE ANIMAIS - PET SHOP

### FICHA TÉCNICA

**Setor da Economia:** secundário

**Ramo de Atividade:** comércio e serviço

**Tipo de Negócio:** pet-shop

**Produtos Ofertados/Produzidos:** animais, alimentos e produtos veterinários, banho e tosa

**Investimento inicial:** 42mil reais

**Área:** 60m<sup>2</sup>

### APRESENTAÇÃO

Hoje, as lojas para animais se especializaram na oferta de produtos indispensáveis ao sofisticado cotidiano dessas adoráveis "criaturas domésticas". Com nome importado, os "pet shops" de hoje são mais sofisticadas, oferecem produtos importados e serviços diferenciados.

Na verdade o principal objetivo é satisfazer aos anseios dos donos dos animais, prestando serviços de qualidade, especialmente quando se trata de animais de estimação. Considerando-os muitas vezes um membro da família, justificando a proliferação e diversificação dos negócios, pois animais de estimação hoje são os mais diversos vão desde animais muito exóticos como chinchila, lagartos, cobras até os mais comuns como gatos e cachorros.

O pet shop tem como objetivo comercializar produtos tais como: coleiras, roupas, rações, caminhas, casinhas, shampoos, remédios, vitaminas, vacinas, etc., bem como prestar serviços como banho, tosa, hospedagem, consultório veterinário, leva e traz de animais, passeios, entre outros.

### MERCADO

O mercado de pet no Brasil tem um grande potencial, a começar pelo percentual de população que possui animal de estimação em casa, que chega a 59% segundo pesquisa realizada pelo Ibope. No Brasil estima-se que tenha em torno de 40 mil Pet shops em operação.

A concorrência entre as lojas não é muito acirrada, uma vez que é rara a sua concentração em uma mesma região. O conhecimento demonstrado pelo proprietário da loja sobre seus produtos e animais pode ser a diferença na conquista e formação da sua clientela, além de qualidade, variedade, preço, bom atendimento e a atenção dispensada aos animais.

Analisar o potencial do mercado onde será iniciado seu negócio é muito importante, nessa análise pode-se verificar a renda, idade, classe social dos futuros consumidores.

Este mercado desponta como uma promissora oportunidade de negócio para o pequeno empreendedor, visto que, o número de animais de estimação vem crescendo muito no Brasil, seguindo a tendência verificada nos Estados Unidos e na Europa. Esta é uma tendência da sociedade moderna, na qual transferem aos animais a afeição e carinho que dedicariam aos animais.

O Brasil é o terceiro maior mercado mundial de animais de pequeno porte, movimentando em torno de R\$ 14 bilhões ao ano, sendo R\$ 4,2 bilhões nos segmentos mais sofisticados.

Os fornecedores dos produtos comercializados pela loja são os distribuidores, que costumam visitar os clientes para oferecer a mercadoria. O material utilizado para banho e tosa (xampu e condicionador) pode ser encontrado facilmente em lojas

especializadas.

No caso dos animais, são fornecidos pelos próprios criadores, que trabalham em consignação ou sob encomenda. É possível contatá-los através das associações de criadores nos estados. Uma vez vendido um animal na loja, é importante ter produtos que lhe darão manutenção e assistência contínua.

## **LOCALIZAÇÃO**

O pet shop deve ser localizado em locais populosos e com bom poder aquisitivo, além de facilidades de acesso, segurança e a disponibilidade de vagas para estacionar próximo ao ponto comercial.

A escolha do local e do espaço físico necessário para instalar seu negócio é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento. O local deve oferecer uma infra-estrutura necessária para sua instalação e ainda propiciar o seu crescimento e ser um ponto de vendas atrativo.

Se houver possibilidade, ofereça estacionamento no local ou convênio com estacionamentos nas redondezas.

Uma característica importante do setor é o fato de os pet shops serem “empresas de vizinhança”. Essas lojas têm um raio de alcance pequeno e atingem, em sua maioria, as pessoas que moram nas proximidades.

Lembre que as atividades econômicas da maioria das cidades é regulamentada em conformidade com um Plano Diretor Urbano (PDU) de cada cidade. É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar no imóvel escolhido por você. Esse deve ser seu primeiro passo para avaliar a implantação de sua empresa, e as informações e liberação são encontradas na prefeitura de sua localidade.

## **ESTRUTURA**

Num espaço físico de aproximadamente 60m<sup>2</sup> serão dispostos um balcão de atendimento, prateleiras adequadas para expor diversos produtos, uma área reservada para banho e tosa, escritório, sala de veterinária e estoque. Por questão de segurança, é aconselhável colocar produtos farmacêuticos (vitaminas, vacinas, etc.) em prateleiras atrás do balcão, sob supervisão de um veterinário para orientação sobre o uso de tais produtos.

Caso o empreendedor venha, também, a comercializar animais, precisará construir boxes para os cães e gatos, gaiolas para os pássaros e infra-estrutura adequada para a higiene, alimentação e cuidados com a saúde do animal. Normalmente, os animais ficam expostos logo na entrada, funcionando assim como grandes atrativos para as crianças, que influenciam a compra dos animais.

## **EQUIPAMENTOS**

Os equipamentos básicos para instalação de uma loja de animais com consultório veterinário são:

- Balcão de atendimento, vitrine, prateleiras;
- Banquetas/cadeiras, tanque com chuveiro móvel;
- Secadores, escovas, pentes, tesouras, máquina de tosa, alicates de unhas, mesa de alumínio para tosa, gaiola com três divisões, jogos de lâminas, etc.
- Materiais para o consultório veterinário: mesa em aço inox, estetoscópio, termômetro, oftalmoscópio, otoscópio, estufa para esterilização, pia inox, tanque de aço, etc.
- Móveis e equipamentos de escritório.

## **INVESTIMENTOS**

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento e do quantitativo de que dispõe o investidor. Considerando um pet shop de pequeno porte, montada numa área de 60m<sup>2</sup>, será necessário um investimento de R\$42mil aproximadamente.

**Obs.:** os valores apresentados são indicativos e servem de base para o empresário decidir se vale ou não a pena aprofundar a análise de investimento.

### Investindo em INFORMATIZAÇÃO

Uma empresa informatizada tem grandes chances de sair na frente do concorrente. Além de facilitar os processos, garantem a segurança na tomada de decisões, melhora a produtividade e diminui os gastos.

Escolha um projeto abrangente que atenda toda a empresa, desde o gerenciamento de conteúdo para websites, até os controles administrativos (financeiro, estoque, caixa, cadastro de clientes, etc.), passando pela automação inclusive: caixas eletrônicas, impressoras para preenchimento automático de cheques, código de barras nos produtos, etc.

Existem no mercado atualmente, três grandes grupos de softwares: SGE Sistema de Gestão Empresarial; SGC Sistema de Gerenciamento de Clientes e Básicos. Eles podem ser encontrados nas empresas especializadas ou na Internet, através dos sistemas disponibilizados nas Provedoras de Serviços de Software (ASP - application service provider).

### PESSOAL

Para o início das atividades são necessárias cinco pessoas com as seguintes funções: tosador e banhista; atendente, que irá realizar os atendimentos aos clientes além de controlar os estoques e as compras; faxineira, gerente, e veterinário.

Os funcionários deverão ser pessoas que tenham conhecimentos sobre animais, de como manejá-los e detectar doenças. Além desses aspectos técnicos, é muito importante que esses funcionários também tenham como característica o carinho no trato com animais.

Obs.: é conveniente ter como sócio um veterinário, já que a legislação exige a presença desse profissional no caso de comercialização de produtos veterinários. Somente esse profissional tem condições de cuidar da saúde dos animais e de aplicar vacinas, por exemplo. Com isso, o estabelecimento terá um diferencial para competir com as redes atacadistas.

### PROCESSOS PRODUTIVOS

Uma loja de animais consiste basicamente na venda de produtos e serviços, nesses casos, os donos levam os animais à loja e vão buscá-los mais tarde, na maioria das vezes. Enquanto aguardam, os animais ficam em gaiolas adequadas. Pode ser interessante oferecer serviços de transporte de animais (buscá-lo e levá-lo de volta após o serviço, por exemplo).

### PROCESSO OPERACIONAL

- 1) Verificar os níveis de estoques;
- 2) Realizar pedidos aos fornecedores; limpar o ambiente de trabalho e atendimento;
- 3) Atender aos clientes, anotar as solicitações não atendidas e marcar consultas;
- 4) Apanhar os animais para banho, tosa, e passeios;
- 5) Efetuar banho, tosa e aplicar anti-pulgas quando necessário;
- 6) Atendimento as consultas pelo veterinário;

- 7) Organizar os objetos em seus lugares;
- 8) Repor estoques;
- 9) Fechar o caixa.

**DESPESAS** - As despesas gerais de administração irão variar de acordo com a estrutura adotada pelo empreendedor. Por exemplo, o valor do aluguel do imóvel (casa, loja, sala, galpão, terreno). As despesas básicas são praticamente padronizadas tais como energia elétrica, água, telefone, honorários do contador, retirada do proprietário. Já outras são específicas de uma loja de animais, como aquisição de produtos como xampu e condicionador para a lavagem dos animais, etc.

**PRODUTOS** - As lojas de animais comercializam, além de animais propriamente ditos, artigos para sua manutenção como rações, medicamentos, produtos de higiene, acessórios e prestam serviços como banho e tosa.

Há uma tendência em sofisticar esse comércio, oferecendo produtos exclusivos e diferenciados, visando atingir consumidores de maior poder aquisitivo, aliado à prestação de serviços. Atualmente, poucos empreendedores concentram-se apenas na venda de produtos. Alguns produtos (como ração e alguns acessórios) são comercializados por supermercados, que conseguem oferecer preços bastante atraentes aos consumidores.

A aquisição das mercadorias deve ser bem planejada e irá variar de acordo com as características do estabelecimento, especialmente hábitos de consumo da clientela. Os produtos básicos comercializados são: alpiste, aveia, fubá, farelo, semente de girassol, quirela, rações diversa (para pássaros, periquitos, peixes, cães e gatos), comedouros, gaiolas, capas, bebedouros, correntes para cães, coleiras, peitoral, escovas plásticas, equipamentos para aquários, medicamentos, produtos de higiene e limpeza, etc.

### **LEMBRETES**

Além dos dados aqui apresentados, torna-se necessário, algumas outras dicas:

- Visitar estabelecimentos congêneres, conversar com pessoas que já estejam no ramo há algum tempo, ler publicações específicas, consultar entidades de classe ou sindicatos, com certeza trará informações importantes, que em muito o ajudarão;
- O comércio de animais vivos traz alguns riscos, principalmente relacionados a sua mortalidade. É imprescindível que o local esteja sempre rigorosamente limpo, a fim de evitar doenças;
- É importante gostar muito de lidar com animais e conhecer muito bem as características de cada espécie e raça. Além disso, é necessário saber a melhor forma de tratá-los, bem como os produtos mais adequados a cada caso;
- Animais como cães e gatos são vendidos em consignação ou por encomenda e não ficam na loja por mais que um dia devido aos custos de manutenção e a responsabilidade sobre eles.

### **DIVULGAÇÃO**

Num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção. Avaliar os desejos e necessidades de seus clientes ou usuários em relação a funções, finanças, facilidade, feeling e futuro.

Assim o plano de comunicação será bem direcionado ao público que se deseja atingir, facilitando a escolha do veículo de comunicação e a mensagem que se

deseja passar e cativar os clientes, além de estimulá-los as compras.

Para bens de consumo a divulgação é direcionada para o consumidor final, e tem por objetivo estimular o consumo e fixar a marca do produto, fidelizando o consumidor. Este é um setor da economia que faz maior e melhor o uso da propaganda, pois ela representa a principal força de comunicação e venda devido à diversificação dos produtos e a facilidade de substituição. Portanto quanto maior o universo de público a ser atingido, através dos mais diversos meios de comunicação (TV, outdoor, rádio, panfletos, jornais, faixas, cartazes, etc.) maior será o retorno do investimento em divulgação, motivando a reação imediata de consumo e o impulso de compra. O pet shop deverá começar sua divulgação com as pessoas das redondezas, distribuindo panfletos de qualidade, fazendo promoções atrativas e merchandising em locais sugestivos tais como: escolas, faculdades, cursinhos, escritórios entre outros.

Nos serviços prestados a utilização mais comum de divulgação é a formadora de imagem da empresa, informadora de características diferenciadas, vantagens de utilização do serviço, preços, atendimento, condições de uso etc. A empresa também deve ter bem claro seus objetivos de comunicação, o público que deseja atingir, a mensagem que deseja passar, as ofertas a serem feitas e motivações a serem sugeridas aos clientes potenciais.

### **DIVERSIFICAÇÃO**

Adotar o sistema delivery (buscar e entregar animais em domicílio) é uma estratégia que pode facilitar a vida de seus clientes e aumentar a demanda por banho e tosa. Por outro lado, essa iniciativa pode diminuir o número de clientes que visitam as lojas e, como consequência, o volume de vendas de roupas, brinquedos e outros acessórios. Uma solução para este possível problema está em distribuir panfletos com os produtos em promoção e as novidades da loja. Outra sugestão é adotar a Internet, viabilizando a aquisição de produtos e serviços de forma virtual.

### **NOTÍCIAS**

#### **REVISTA PET SHOP & BUSINESS**

Pero Correia, 279 - Vila Mariana

São Paulo / SP

CEP: 04113-040

Tel.: (011) 5539-6382 / 5539-2385 / 5573-0795 / 5573-5223

Fax: (011) 5082-1563

E-mail: [revistapetshop@arteditora.com.br](mailto:revistapetshop@arteditora.com.br)

Site: <http://www.revistapetshop.com.br>

#### **REVISTA CÃES & CIA**

Editora Forix Ltda.

Rua Dr. Miranda de Azevedo, 920

São Paulo / SP

CEP: 05027-000

Tel.: (0xx11) 3673-9711 Fax (0xx11) 3862-0595

E-mail: [info@caes-e-cia.com.br](mailto:info@caes-e-cia.com.br)

Site: <http://www.caes-e-cia.com.br>

### **O que fazer para vencer no ramo de pet shop?**

O leitor Ricardo Andrada enviou uma dúvida que foi respondida pelo nosso

especialista e pelos leitores.

Sou apaixonado por animais e tenho afinidade com eles. Apesar do mercado já bastante pulverizado, gostaria de iniciar um negócio na área de pet shop. Como posso fazer para me diferenciar da concorrência, já que estou disposto a abrir uma empresa sólida e vencer no ramo?

## **Especialista**

Ricardo, eu acredito que a chave do sucesso de qualquer empresa é o empenho, a dedicação e o comprometimento das pessoas que nela trabalham. Sem dúvida, gostar do que se faz, neste sentido, é meio caminho andado para bons resultados. No entanto, não é o bastante. É preciso avaliar as oportunidades, traçar um cenário e uma estratégia para alcançar o retorno esperado.

Quando você relata que o mercado de pet shop está pulverizado, não penso em barreiras para novos concorrentes, mas vejo oportunidades. Isso porque mercados explorados costumam ter cultura enraizada no público em geral e tendem a sair na frente em relação a uma série de questões que novos negócios precisam enfrentar. É importante que você saiba, porém, que, em mercados já explorados, o nível de conhecimento e exigência dos consumidores é alto e é preciso primar pela qualidade dos serviços prestados e estabelecer relacionamentos duradouros com seus clientes.

Existem muitas ações que você pode colocar em prática para se diferenciar da concorrência, mas, considerando que você ainda não abriu sua empresa, acho importante começar seu planejamento conhecendo o local em que instalará sua loja, a concorrência próxima e, principalmente, o perfil dos clientes que pretende atender. É possível fazer este estudo de muitas formas, mas a mais simples é visitar algumas lojas, observar o público no momento da compra e então definir qual será seu posicionamento no mercado. Com base nesta decisão, questione seus conhecidos, amigos e familiares que tenham animais de estimação, sobre serviços e produtos que eles apreciariam e valores que eles aceitariam. Faça uma pequena pesquisa e analise os resultados em relação ao investimento que está disposto a aplicar em seu negócio neste momento.

Com esta análise, desenhe uma estratégia e faça um cronograma de atuação. Acompanhe continuamente seu desempenho e resultado, fazendo os ajustes necessários na estratégia com base no conhecimento adquirido ao longo do tempo. Não tenha medo de errar e arriscar, mas sempre acompanhe de perto cada passo dado e cada erro cometido para melhorar sempre a sua atuação. Sugiro também que você busque cursos neste assunto e auxílio de terceiros quando necessário. Entrar em qualquer mercado requer estratégia e aprendizagem contínua!

\* EDUARDO BOM ANGELO, 51 anos, é titular da cadeira de Empreendedorismo do Ibmec de São Paulo e autor do livro Empreendedor Corporativo

Leitores

Primeiramente você deve fazer um levantamento dos produtos e serviços oferecidos

pelos seus concorrentes e a sua área de atuação no mercado em que pretende abrir o seu negócio, para então construir um plano de negócios que lhe permita sinalizar e visualizar o seu diferencial.

Odilon dos Santos  
Canoas, RS

Ofereça serviços personalizados, como planos mensais e preços reduzidos com direito a banho e tosa em horários previamente agendados, por exemplo. Isso pode garantir uma renda fixa mensal. Também é importante conhecer as reais necessidades dos bichinhos, como o tipo de ração, o tempo de consumo, os brinquedos preferidos, a última vacinação e, a partir daí, fazer um banco de dados e personalizar a comunicação com os clientes. Mantenha, também, um showroom na sala de espera com produtos diferenciados, além de água, café e revistas sobre animais para que os donos sintam-se mais à vontade enquanto esperam.

Ângela Moreno  
São Bernardo do Campo, SP

**O QUE para vencer no ramo de pet shop?.** Disponível em: <  
<http://empresas.globo.com/Empresasnegocios/0,19125,ERA1689848-2991,00.html>> Acesso em: 15 out. 2008.

## CURSOS E TREINAMENTOS

### Unipet

Unipet São Paulo - Ligue 11 2694-2363 - 2695-8712  
R. Eloi Cerqueira, 120 - Belém - São Paulo - SP - CEP 03062-010  
<http://www.cursobanhoetosa.com.br>

Cursos oferecidos:

Banho e Tosa Pleno

Banho e Tosa Básico

Lucrando com estética canina

Especialização em Estética Animal

\* Tintura para cães

\* Cauterização de Pêlos

\* Mexas

\* Tosa na Tesoura

\* Raças específicas

## EVENTOS

**Pet South América** - Feira internacional de produtos e serviços da linha pet e veterinária

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

## LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Cabe sugerir consulta à “CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES ou pelo site: [http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha\\_Fornecedor\\_Capixasba.pdf](http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixasba.pdf)

Essa atividade exige o conhecimento de algumas leis:

- Lei Municipal nº. 6.080/2003 – Institui o Código de Posturas e de Atividades



Urbanas do Município de Vitória. - Lei nº. 6.080/2003 – Código de Posturas e Atividades Urbanas do Município de Vitória - Regulamentada pelo Decreto nº 11.975/04. Ref. Proc. 5766168/03. Lei nº 6412-05-acrescenta inciso IX ao § 2º. Alterada pelas Leis nºs 6679/06 e 6680/06. Acrescentado inciso IX ao § 2º do Art. 99, pela Lei nº 7.063/07. Regulamentado inciso III do Art. 194, pelo Decreto nº 13.853/08.

- Lei Federal nº. 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor - Alterada pela Lei nº 8.656/1993, Lei nº 8.703/1993, Lei nº 8.884/1994, Lei nº 9.008/1995, Lei nº 9.298/1996, Lei nº 9.870/1999 e Medida Provisória nº 1.890-67/1999.

- Regulamento de criação da CBKC – Disciplinar a criação de caninos de raça pura e estabelece preceitos que devem reger a criação. Disponível no site <http://www.cbkc.com.br>

- Regulamento de Exposição – regula a participação de animais em exposições caninas homologadas pela CBKC. Disponível no site <http://www.cbkc.com.br>

- Nomenclatura e Padronização das raças de acordo com a Federation Cynologique Internationale – disponível no site <http://www.cbkc.com.br>

- Declaração Universal dos Direitos dos Animais: Declara sobre os direitos dos animais.

- Decreto Federal nº 24 645/34. Referente a tutela dada pelo estado aos animais.

É proibida a venda de animais da fauna brasileira, sob pena de prisão, além dos animais domésticos, é permitido o comércio de pássaros e pequenos roedores de origem estrangeira, como canários belgas, periquitos australianos, hamsters, etc.

## REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxilia-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua loja de animais para fazer a consulta de local;
- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal;
- Registro na Secretaria da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social - INSS”.
- Registro no IBAMA para comercialização de animais aquáticos vivos (peixes ornamentais);
- Registro no ministério da agricultura para comercialização de rações, vacinas e outros produtos veterinários.
- É obrigatória a supervisão de um profissional da área, ( Conselho Regional de



Medicina Veterinária).

- Produtos veterinários somente poderão ser comercializados depois de devidamente registrados no Departamento de Defesa Animal da Secretaria de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária.

## ENTIDADES

### **CENTRAL FÁCIL – CENTRAL DE ATENDIMENTO EMPRESARIAL**

É um sistema de atendimento que prevê a simplificação, racionalização e padronização dos processos de abertura de empresas com redução da burocracia.

Avenida Nossa Senhora da Penha, 1433 – Santa Luzia – Vitória – ES

CEP 29045-401

Fone: (27) 2127- 3000

### **CIC - CENTRO INTEGRADO DE CIDADANIA**

#### **PROCON (Coordenação de Atendimento)**

Av. Maruípe, nº. 2544 – Itararé, Vitória/ES - CEP: 29.045-230

Tel.: (27) 3382-5545 / 5539 / 5536

<http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>

[procon@vitoria.es.gov.br](mailto:procon@vitoria.es.gov.br)

### **PREFEITURA DE VITÓRIA**

SEDEC / GECON / CTP – Secretaria de Desenvolvimento Urbano

Rua Vitorino Nunes da Mota, 220, CIAC, Ed. Ítalo Batan Regis

Enseada do Suá – Vitória/ES

CEP: 29010-331

Tel.: (0xx27) 3135-1097

<http://www.vitoria.es.gov.br>

### **SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL**

Rua Pietrângelo de Biase, nº. 56, Centro, salas A/B, Vitória/ES

CEP. 29.010-190

Tel.: 146

<http://www.receita.fazenda.gov.br>

### **SEFAZ-ES - SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO**

Av. Jerônimo Monteiro, 96 - Ed. Aureliano Hoffman – Centro, Vitória/ES.

CEP: 29010-002

Tel.: (27) 3380-3922

Site: [www.sefaz.es.gov.br](http://www.sefaz.es.gov.br)

### **CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS JURÍDICAS**

#### **CARTÓRIO SARLO**

Praça Costa Pereira, 30 Centro, Vitória/ES

Cep.: 29.010-080

Tel.: 3132-1246 / 1600

[www.cartoriosarlo.com.br](http://www.cartoriosarlo.com.br)

## FORNECEDORES E FABRICANTES

**O SEBRAE/ES isenta-se de responsabilidades quanto à forma da atuação das empresas no mercado.**

**Software Gerenciador de Pet Shop - E-prático**

Empresa: Centro de Produção Técnica de Viçosa – CPT

Telefone: 31-3899- 7600

Site: <http://www.cptsoftware.com.br>

*Equipamentos de informática*

**A.C.J.Informática Ltda**

Rua Vitalino Santos Valadares, 15, Santa Luíza, Vitória / ES

Tel. (27) 3227-7979

CEP. 29045-360

**Barão Informática**

Rua Pe. Antônio Ribeiro Pinto, 195, Praia do Suá – Vitória / ES

Tel. (27) 3324-1388

**Redetronic** - Soluções em produtos para redes de computadores.

Av. Adalberto Simão Nader, 09 – Bairro República – Vitória / ES

CEP. 29.066-370

Tel. (27) 3200-3839

Site: [www.redetronic.com.br](http://www.redetronic.com.br)

Loja Virtual: <http://www.omnibrasilshop.com.br/shop/redetronic/>

**Micro Xique Informática**

Av. Vitória 1400, Loja 5, Ilha de Santa Maria, Vitória / ES

Telefone: 3233-0050

Site: [www.microxique.com.br](http://www.microxique.com.br)

E-mail: [sac@microxique.com.br](mailto:sac@microxique.com.br)

**DISK MÓVEIS - EQUIPAMENTOS DE ESCRITÓRIO**

Av. João dos Santos Filho, 165, Ilha de Santa Maria, Vitória/ES

CEP: 29051-145

Tel.: (27) 2124-5800

[www.diskmoveis.com.br](http://www.diskmoveis.com.br)

**TELEMÓVEIS**

Av. Alberto Torres, 99, Ilha de Santa Maria  
Vitória/ES

CEP: 29040-700

Tel.: (27) 3200-2350 / 3323-1892

**IBAMA** – Superintendência ES

Avenida Marechal Mascarenhas de Moraes, Nº 2.487 Bento Ferreira  
29051-625 Vitória – ES

Tel: Geral (27) 3089-1150 ,  
Fax: (27) 3089-1072  
E-mail: [linhaverde.sede@ibama.gov.br](mailto:linhaverde.sede@ibama.gov.br)  
Site: <http://www.ibama.gov.br>

**MMA – Ministério do Meio Ambiente – CONAMA**

Esplanada dos Ministérios Bloco B Sala 633 6º andar - Brasília/DF  
CEP: 70068-901  
Tel.: (61) 4009-1433  
Fax: (61) 4009-1768 / 1769  
Site: <http://www.mma.gov.br>

**ASSOFAUNA** - Associação dos Revendedores de Produtos, Prestadores de Serviço e Defesa Destinados ao Uso Animal.  
Tel./fax: (011) 5595-8602

**PETBR**

Informações sobre raças de animais, dicas de como criá-los, links, etc.  
Rua Aluisio Azevedo, 233 - 72B – Santana  
São Paulo / SP  
CEP.: 02021-030  
Fones: (011) 6239-1442  
E-mail: [petbr@petbr.com.br](mailto:petbr@petbr.com.br)  
<http://www.petbr.com.br>

Produtos veterinários e alimentos para animais

**Aquarium Alimentos para Peixes**

Rua Brigadeiro Galvão, 836 – Barra Funda  
São Paulo / SP  
CEP: 01151-000  
Tel.: (011) 3661-3500 / 0800 7700395  
Fax: (011) 3666-3886 / 3666-0265  
E-mail: [contato@aquariumbr.com.br](mailto:contato@aquariumbr.com.br)  
<http://www.aquariumbr.com.br>

**Ind. Com. Alimentos Desidratados Alcon**

São Paulo/SP  
Fone: (011) 6654-2811  
E-mail: [alcon@labcon.com.br](mailto:alcon@labcon.com.br)

Rua Santo Amaro, 1620, Caixa Postal 24  
Camboriú / SC  
CEP: 88340-000  
Tel.: (047) 3367-0238  
Fax: (047) 3367-2887  
E-mail: [alcon@labcon.com.br](mailto:alcon@labcon.com.br)  
<http://www.labcon.com.br>

**Baby Brink**

Rua Alferes Magalhães, 92 14º andar  
CEP: 02034-006 - São Paulo / SP

Tel.: 0800-7028011  
<http://www.babybrink.com>

### **RAÇÃO ANIMAL**

Rua Agenor Amaro dos Santos – Jd. Camburi  
VITORIA/ES  
Tel.: (027) 3227-0528  
CEP: 29090-010  
E-mail: [asamorini\\_dasilva@hotmail.com](mailto:asamorini_dasilva@hotmail.com)

### **JF PROMOÇÕES & REPRESENTAÇÕES LTDA**

Av. Aristóbolo Barbosa Leão – Jd. da Penha  
VITÓRIA/ES  
Tel.: (27) 3324-4994  
CEP: 29060-010  
E-mail: [jf\\_promocoess@ig.com.br](mailto:jf_promocoess@ig.com.br)

Criadores de cachorros

### **Francisco de Assis Oliveira dos Anjos**

E-mail: [ocura@ig.com.br](mailto:ocura@ig.com.br)  
Tel.: (011) 6994-4851  
Canil: Soleil Vernin  
Raças: Buldogue Inglês, Lulu da Pomerania, Maltês, Shih Tzu, Yorkshire Terrier.

### **Walter Dal'Acqua**

E-mail: [lonilisboa@uol.com.br](mailto:lonilisboa@uol.com.br)  
Tel.: (011) 4703-2838  
Canil: Wan't  
Raças: Boston Terrier, Buldogue Francês, Shih Tzu, Terrier Brasileiro.

### **SITES DE INTERESSE**

<http://www.revistapetshop.com.br>  
<http://www.petbr.com.br>  
<http://www.caes-e-cia.com.br>

### **BIBLIOGRAFIA**

LIMEIRA, Amundsen. Loja de Animais. **Pequenas Empresas Grandes Negócios**, São Paulo, nº. 70, nov. 1994.

VENDA de animais. **Pequenas Empresas Grandes Negócios**, São Paulo, nº. 86, Março 1996.

SEBRAE/SP. **Como montar uma loja de animais**. São Paulo: SEBRAE/SP, 1997.

O QUE FAZER para vencer no ramo de pet shop?. Disponível em: <  
<http://empresas.globo.com/Empresasenegocios/0,19125,ERA1689848-2991,00.html>> Acesso em: 15 out. 2008.

Oportunidades de negócios é um material meramente informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

### **ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO**

UCA – Unidade de Captação de Recursos & Atendimento - UCA  
Data última atualização: outubro de 2008