

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO
GRANDE DO NORTE
CAMPUS AVANÇADO LAJES
CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM ADMINISTRAÇÃO

JOÃO BATISTA DOS SANTOS NETO
THAYSE LAINNE DA SILVA SOARES

**ANÁLISE DE MERCADO: UM ESTUDO SOBRE PERFIL CONSUMIDOR DE
PRODUTOS PET EM LAJES-RN**

LAJES/RN

2021

JOÃO BATISTA DOS SANTOS NETO
THAYSE LAINNE DA SILVA SOARES

**ANÁLISE DE MERCADO: UM ESTUDO SOBRE PERFIL CONSUMIDOR DE
PRODUTOS PET EM LAJES-RN**

Relatório de Prática Profissional apresentado ao Curso Técnico Subsequente em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Campus Avançado Lajes, em cumprimento às exigências legais como requisito parcial à obtenção do título de Técnico em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Anísia Karla de Lima Galvão

Coorientador: Prof. Me. Ermerson de O. Capistrano

LAJES/RN

2021

AGRADECIMENTOS

Queremos agradecer a Deus, que nunca nos deixou abalar pelas coisas tristes que ocorreram durante todo o processo. Não podemos deixar de agradecer a nossa professora Anísia Galvão, que esteve conosco em todo o decorrer do trabalho, dando suporte, ajudando e dando dicas para que cada vez mais possamos ter um resultado mais positivo. Somos imensamente gratos a toda a nossa família, Maria Dulce, Marcos Fernandes, Marcos Antônio, Elideusa Souza, Amalia Delmiro, João Batista e João Vitor. E aos meus amigos Jucilene Monteiro e José Henri.

RESUMO

O mercado de *pet shop* está em franco desenvolvimento atualmente no Brasil. Na cidade de Lajes-RN, atualmente, não existem lojas específicas de produtos e serviços *pet* que atendam às demandas dos clientes. Assim, esta pesquisa objetivou analisar o perfil do consumidor no mercado de *pet* na cidade de Lajes-RN, visando a abertura de um empreendimento do setor. Para o estudo, foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório e descritivo, do tipo *survey*, por meio de um questionário estruturado. As entrevistas foram realizadas de setembro a outubro de 2019 com 161 consumidores. O público-alvo foi selecionado considerando a disponibilidade para responder as perguntas e ter idade maior que 18 anos. Antes da aplicação, foi realizado um pré-teste com 10 voluntários e, após validado, o questionário foi aplicado aos consumidores. Os dados foram tabulados e analisados com o auxílio do software Microsoft Excel®. Os principais resultados obtidos foram: a maioria (53%) dos entrevistados afirmou ser do sexo masculino; 79% tinham entre 18 e 39 anos; 85% afirmaram ganhar até 2 salários mínimos; 59% afirmaram ter ensino médio incompleto ou completo; a maioria (59%) respondeu que utiliza mais o *Whatsapp* para se informar; 45% residem na cidade de Lajes - RN; 67% responderam que gostariam de entrega a domicílio; 47% responderam que a demanda principal de compra é de alimentos para seu *pet* e a maioria (57%) nunca foi a um *pet shop*. Por fim, pode-se concluir que existe uma demanda por parte dos consumidores do setor de *pet shop* na cidade de Lajes-RN.

Palavras-chave: *Pet shop*. Empreendimento. Produtos. Serviços. Análise de mercado.

LISTA DE TABELAS

Figura 1 – Procedimentos metodológicos da pesquisa.....	12
Figura 2 – Gênero dos entrevistados	13
Figura 3 – Idade dos entrevistados.....	13
Figura 4 – Renda familiar dos entrevistados.....	14
Figura 5 – Escolaridade dos entrevistados.....	14
Figura 6 – Rede social mais usada pelos entrevistados.....	15
Figura 7 – Município onde residem os entrevistados.....	15
Figura 8 – Interesse na entrega a domicílio.....	16
Figura 9 – Produtos de <i>pet</i>	16
Figura 10 – Ida a um <i>pet shop</i> pelos entrevistados.....	17

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
1.1 PROBLEMÁTICA	8
1.2 OBJETIVO GERAL.....	8
1.3 JUSTIFICATIVA.....	9
2. DADOS GERAIS	10
3. REFERENCIAL TEÓRICO	10
3.1 MERCADO DE PET SHOP.....	10
3.2 EMPREENDEDORISMO.....	10
3.3 PLANO DE NEGÓCIO.....	11
3.4 ESTRUTURA DE UM PLANO DE NEGÓCIO.....	12
3.4.1 Capa	12
3.4.2 Sumário executivo	12
3.4.3 Análise de mercado	12
3.4.4 Plano de <i>marketing</i>	12
3.4.5 Plano operacional	12
3.4.6 Plano financeiro	12
4. METODOLOGIA	13
4.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA.....	13
4.2 INSTRUMENTOS PARA COLETAS DE DADOS.....	13
4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	13
4.4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	14
5. RESULTADO E DISCUSSÃO	14
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	19
REFERÊNCIAS	20
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	21
ANEXO A – FORMULÁRIO DE IDENTIFICAÇÃO	22

1 INTRODUÇÃO

O mercado de *pet shop* está em franco desenvolvimento nos últimos anos e os consumidores estão cada vez mais exigentes. Em 2019, o país passou a ser o segundo maior mercado de *pet shop* do mundo e o setor teve um faturamento total, incluindo indústria e varejo, de R\$ 35,4 bilhões até o terceiro trimestre de 2019 (MIRANDA, 2020).

Na cidade potiguar de Lajes, atualmente, não existem lojas específicas que comercializem produtos de *pet shop*, fazendo com que a população procure outro meio de conseguir produtos ou atendimentos para o seu *pet*, assim, decidiu-se elaborar um plano de negócio, para analisar se seria viável a abertura de um *pet shop*. Este projeto foi desenvolvido durante o componente curricular “Desenvolvimento do Projeto Integrador”, ministrado no segundo semestre do Curso Técnico Subsequente em Administração do IFRN – *Campus Avançado Lajes* e os dados aqui apresentados são referentes à análise dos consumidores, que é uma parte importante do plano de negócio.

Vários autores destacam a importância do estudo de mercado e da elaboração do plano de negócio antes da abertura de um negócio. Quando o assunto é abrir um negócio, surgem várias ideias e preocupações sobre como entender o ramo no qual pretende inserir-se e, para buscar esse entendimento e colher informações viáveis para estruturar seu negócio, é preciso planejar e analisar a melhor forma de atender as necessidades dos possíveis clientes (CARDOSO *et al.*, 2010, p. 2, apud COHEN, 2000). Ainda para esses autores,

O entendimento pelas empresas das necessidades dos clientes muitas vezes é intuitivo, entretanto, em mercados competitivos, não se pode basear as decisões sobre novos produtos em suposições, elas precisam ser tomadas com base em dados e fatos confiáveis. As técnicas de estudo de mercado podem fornecer esta confiança e, assim, reduzir a probabilidade de fracasso no lançamento do produto. (CARDOSO *et al.*, 2010, p. 2, apud COHEN, 2000).

Com base nesse contexto, este trabalho teve como objetivo analisar o perfil de consumidores, com o intuito de abrir um *pet shop* na cidade de Lajes-RN, que faz parte da microrregião de Angicos. Para obter as informações necessárias sobre o setor de *pet shops* na região, foi feita uma pesquisa exploratória anterior a este estudo, que serviu de base para elaboração deste projeto.

1.1 PROBLEMÁTICA

“Qual o perfil do consumidor de produtos e serviços de *pet shop* em Lajes-RN?”

1.2 OBJETIVOS GERAL

Analisar o perfil do consumidor em relação ao mercado de *pet shop* na cidade de Lajes-RN, visando a abertura de um empreendimento do setor.

1.3 JUSTIFICATIVA

A pesquisa se justifica porque antes de se realizar um investimento para a abertura de um negócio, é necessário que se elabore um plano de negócio e entre os estudos que compõem este plano, está a análise do perfil dos consumidores, que é fundamental para compreender as demandas de mercado.

2 DADOS GERAIS

Título do projeto: Análise de mercado: um estudo sobre perfil consumidor de produtos *pet* em Lajes-RN.

Período de realização: 2019 a 2020

Total de horas: 340h

Orientadora: Profa. Dra. Anísia Karla de Lima Galvão

Função: Docente

Formação profissional: Zootecnista, Mestre em Engenharia de Produção e Doutora em Agronomia Tropical

Nome do coorientador: Prof. Me. Ermerson de Oliveira Capistrano

Função: Docente

Formação profissional: Administrador, Mestre em Administração

Quadro 1 – Síntese das atividades do aluno no projeto.

CARGA HORÁRIA	ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	RESULTADOS ALCANÇADOS
30h	Análise e discussões sobre a escolha do tema.	Tema escolhido.
60h	Elaborar e pré-testar o questionário.	Questionário validado.
70h	Aplicação dos questionários.	Todos os questionários foram aplicados na cidade de Lajes-RN, durante o desenvolvimento do Projeto Integrador.
60h	Analisar e tabular dados.	Todos os dados foram analisados e tabulados.
120h	Produzir um relatório de prática profissional.	Relatório finalizado e apresentado em sala de aula.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 MERCADO DE PET SHOP

O mercado *pet* atualmente tem se destacado mundialmente. O Brasil, em 2019, foi o segundo maior mercado de *pet shop* do mundo e o setor teve um faturamento total, incluindo indústria e varejo, de R\$ 35,4 bilhões até o terceiro trimestre de 2019 (MIRANDA, 2020). Entre os principais produtos e serviços ofertados pelo mercado *pet*, destacam-se os que se relacionam a qualidade de vida dos animais de estimação (TRINDADE, 2018).

Segundo a Rodrigues *et al.* (2013, p. 20),

[...] consumidores do mercado de Pet Shops são extremamente exigentes e precisam ser estimulados à aquisição de novos serviços constantemente. Para tanto esses estabelecimentos devem estar atentos a seus hábitos de consumo, procurando trazer novidades que tragam primordialmente bem-estar de seus animais de estimação.

3.2 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo torna-se um assunto muito importante para a sociedade, pois uma vez que empreendemos, contribuímos para a economia, gerando mais dinheiro, renda e novos empregos.

Segundo Dornelas (2008, p. 225), “O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, e antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”, já para Chiavenato (2004, p. 3), “O empreendedor é a pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

3.3 PLANO DE NEGÓCIO

Para Dornelas (2008, p. 83), o conceito básico do plano de negócio é o planejamento: "o plano de negócio é uma ferramenta dinâmica, que deve ser utilizada constantemente, pois o ato de planejar é dinâmico e corresponde a um processo cíclico".

O plano de negócio é um documento que visa descrever os objetivos de um negócio, diminuindo a porcentagem de riscos de erros no objetivo principal, ou seja, o plano de negócio serve para identificar os erros antes de sair do planejamento, ao invés de cometer esses erros já no mercado (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2013).

3.4 ESTRUTURA DE UM PLANO DE NEGÓCIO

O plano de negócio de empresas pequenas deve se conter: capa, sumário executivo, análise de mercado, plano de marketing, plano operacional e plano financeiro (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2013; DORNELAS, 2016).

3.4.1 Capa

Para Dornelas (2016), a capa é um conteúdo de apresentação inicial da obra, com informações necessárias sobre o escritor ou empresa.

3.4.2 Sumário executivo

O sumário executivo é o resumo das informações mais importantes do planejamento de um projeto, como: dados pessoais dos empreendedores e sócios (DORNELAS, 2016).

3.4.3 Análise de mercado

A análise de mercado fica entre os principais tópicos de pesquisa, onde se busca conhecer os clientes, concorrentes, fornecedores entre outros (DORNELAS, 2016).

3.4.4 Plano de *marketing*

O plano de *marketing* é um documento onde detalha objetivos do *marketing* e tem como foco principal a identificação e a criação de vantagem competitiva e o planejamento que é de fundamental importância para o plano (DORNELAS, 2016).

3.4.5 Plano operacional

O plano operacional refere-se ao planejamento da empresa em seu sistema produtivo, e tem como objetivo colocar em prática todo o planejamento que foi submetido (DORNELAS, 2016).

3.4.6 Plano financeiro

O plano financeiro é usado gerenciar as finanças de uma empresa e prioriza dois aspectos, a rentabilidade e a liquidez, ambas responsáveis pelo desenvolvimento da empresa (DORNELAS, 2016).

4 METODOLOGIA

4.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

Para o desenvolvimento do estudo, foi realizada uma pesquisa do tipo exploratória e descritiva com abordagem quantitativa, com a finalidade de analisar o perfil e os interesses dos consumidores. Quanto aos procedimentos, o estudo é do tipo levantamento ou *survey*, pois foram coletadas informações sobre um grupo de pessoas.

4.2 INSTRUMENTO PARA A COLETA DE DADOS

O instrumento usado para coleta de dados foi o questionário, que inicialmente foi elaborado com 17 questões e foi pré-testado com 10 voluntários para verificar se as questões estavam adequadas para serem levadas ao público. Como resultado da primeira aplicação, observou-se que uma das perguntas era desnecessária para o objetivo da pesquisa.

Assim, para a etapa seguinte, foram usadas 16 questões fechadas e abertas. A primeira parte do questionário continha questões referentes ao perfil do entrevistado (gênero, idade, número de pessoas na família, em que trabalha, renda familiar, escolaridade, cidade onde mora e rede social que mais utiliza). Na segunda parte continha perguntas referentes ao comportamento de consumo de produtos e serviços *pet* (frequência de idas ao *pet shop*, produtos mais comprados, interesse por serviços em domicílio) (APÊNDICE A).

4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

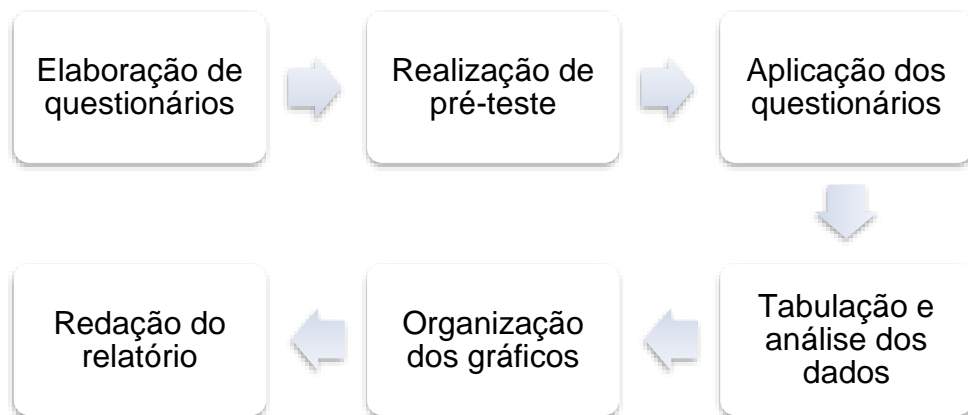
O público-alvo deste estudo foram consumidores que costumam realizar suas compras na cidade de Lajes. Para o cálculo da amostra mínima, inicialmente foi considerada a população do município, com base no IBGE, que era de 11.344 habitantes (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019). Entretanto, foram entrevistados também consumidores de outras cidades e o método foi ajustado para o de amostragem não probabilística por conveniência.

4.4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Para coleta de dados, foram aplicados 161 questionários nas ruas da cidade de Lajes-RN, no período de setembro a outubro de 2019. Os entrevistados foram selecionados por conveniência e caso aceitassem participar da pesquisa e tivessem mais de 18 anos. A abordagem foi realizada no centro da cidade, nos turnos matutino e vespertino, nos horários em que as pessoas costumam realizar suas compras.

Após a aplicação dos questionários, os dados foram tabulados e analisados com o auxílio do *software* Microsoft Excel, seguindo a sequência de procedimentos metodológicos apresentados na figura 1.

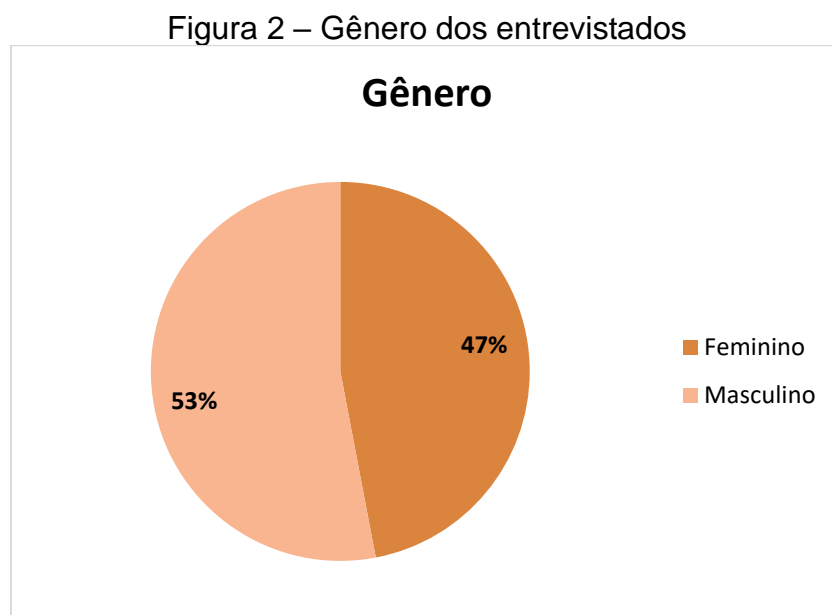
Figura 1 – Procedimentos metodológicos da pesquisa



5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

No total, foram entrevistados 161 consumidores e todos os questionários foram validados. Neste tópico, serão apresentados os resultados encontrados.

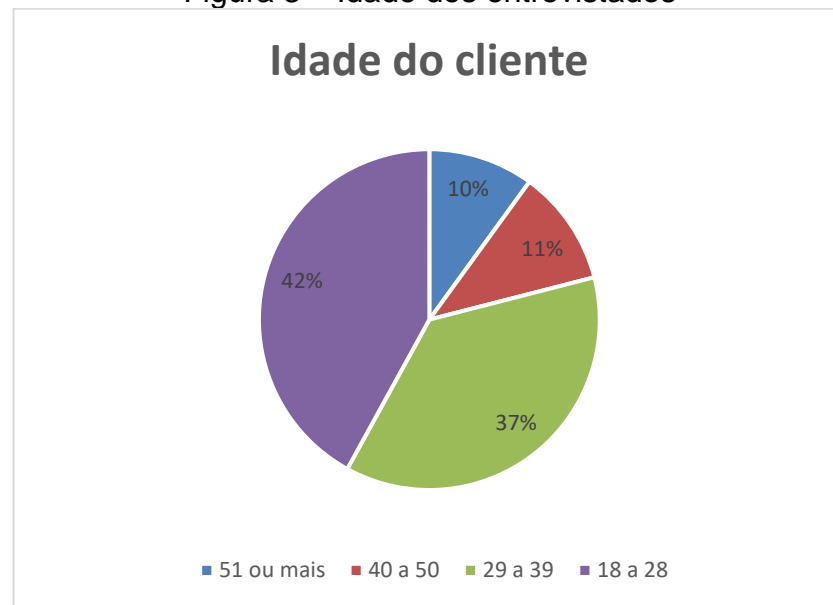
Quanto ao gênero, a maioria dos consumidores afirmou ser do sexo masculino (53%) e 47% afirmaram ser do sexo feminino (Figura 1).



Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

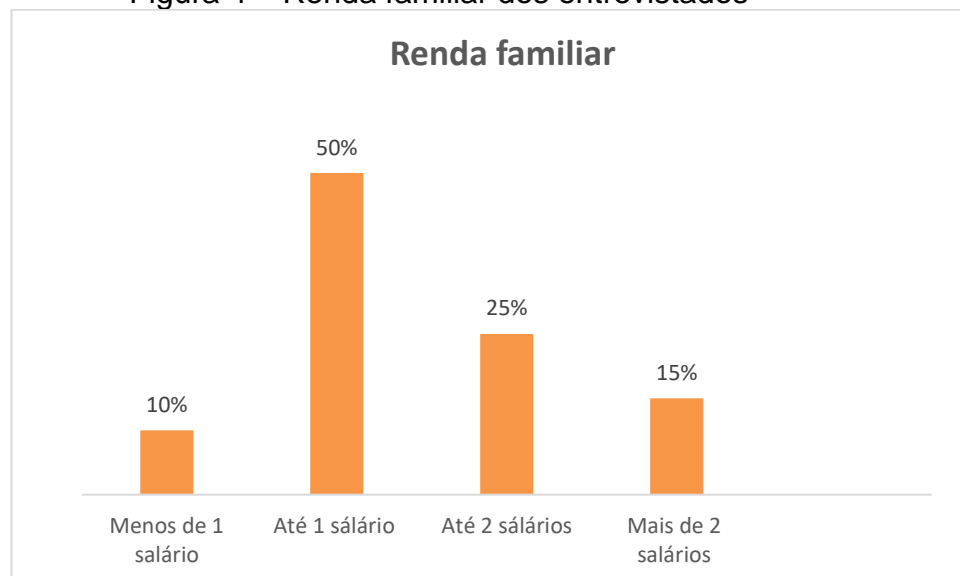
Em relação a idade, a maioria dos consumidores tinha entre 18 e 39 anos (79%), 11% tinham entre 40 e 50 anos e 10% tinham mais de 51 anos.

Figura 3 – Idade dos entrevistados



Já quanto à renda familiar, 50% dos entrevistados tinham uma renda de até 1 salário mínimo, 25% possuíam renda de 2 salários mínimos, 15% dos consumidores ganhavam mais de 2 salários e apenas 10% dos entrevistados tinham renda de menos de 1 salário mínimo.

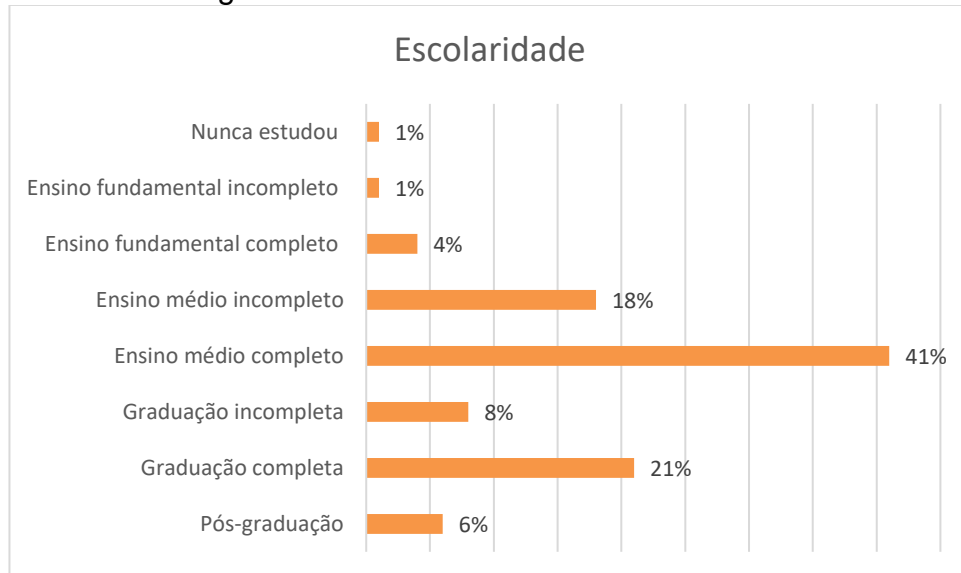
Figura 4 – Renda familiar dos entrevistados



Quanto à escolaridade, 41% dos entrevistados tinham o ensino médio completo, 21% o ensino superior completo, 4% possuíam o ensino fundamental completo e apenas 1% dos entrevistados afirmaram que nunca estudaram. Assim,

pode-se concluir que a maioria do público entrevistado tem o ensino médio incompleto ou completo.

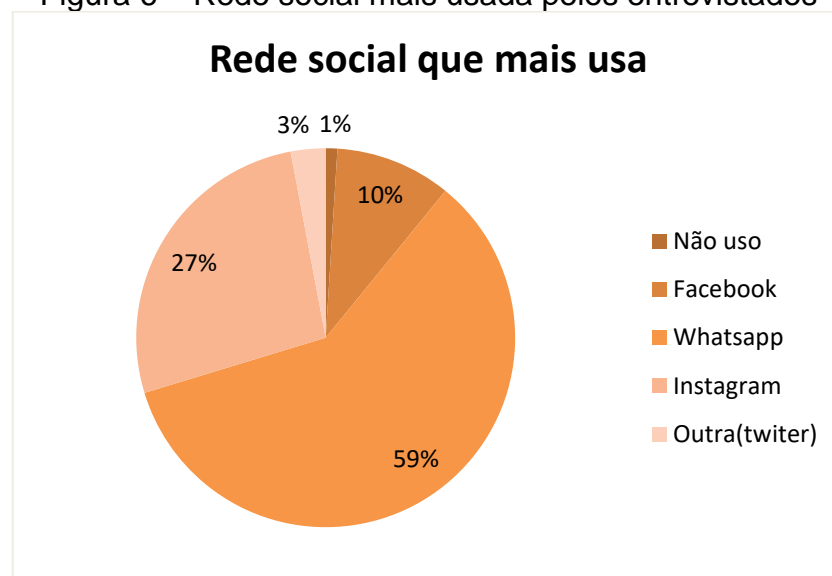
Figura 5 – Escolaridade dos entrevistados



Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Em relação aos meios de comunicação usados, a maioria dos entrevistados (59%) respondeu que utilizava o aplicativo *Whatsapp* enquanto a rede social menos utilizada pelo público na época foi o *Twitter* com 3%. Apenas 1% da população não utilizava nenhum dos meios de comunicação citados.

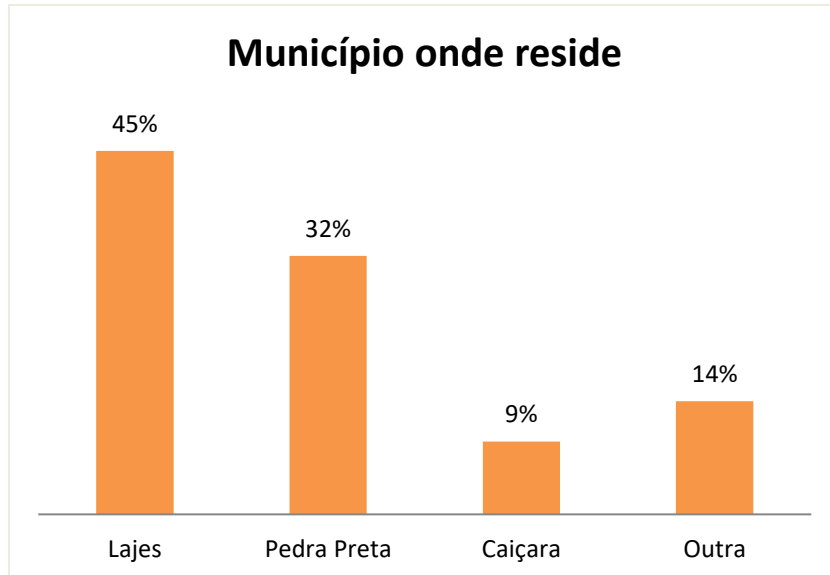
Figura 6 – Rede social mais usada pelos entrevistados



Fonte: Elaborado pelos os autores (2020)

Parte dos entrevistados (45%) residia onde a pesquisa ocorreu (Lajes-RN), e os demais residiam na cidade de Pedra Preta (32%), em Caiçara do Rio do Vento (9%) e em outras cidades vizinhas (14%).

Figura 7 – Município onde residiam os entrevistados



Fonte: Elaborado pelos entrevistados (2020)

Quando perguntados sobre o interesse em atendimento em domicílio, a maioria dos entrevistados (67%) respondeu “sim”, que gostaria desse serviço, enquanto 11% responderam que “não” e 22% não responderam a pergunta.

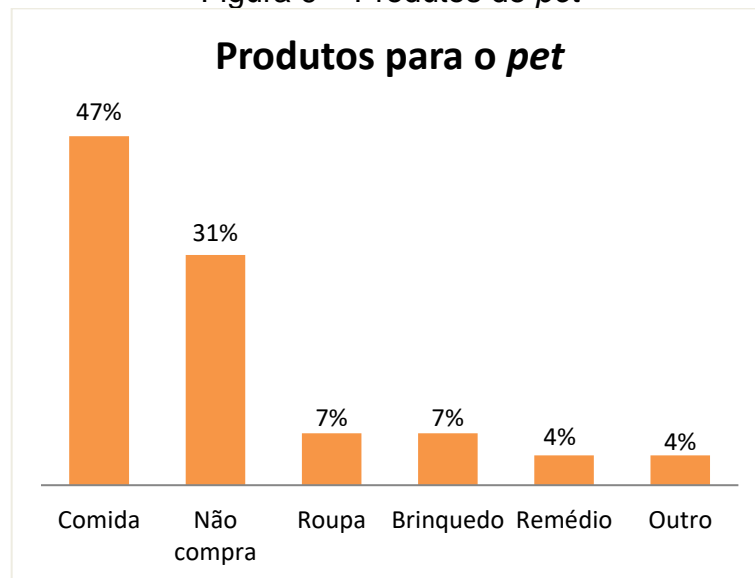
Figura 8 – Interesse na entrega em domicílio



Fonte: Elaborado pelos entrevistados (2020)

Em relação aos produtos *pet* mais consumidos, observou-se que 47% dos entrevistados compravam mais comida e que 31% não compram nada. As opções de roupa, brinquedo, remédio e outros foram marcadas por 7%, 7%, 4% e 4% dos entrevistados, respectivamente.

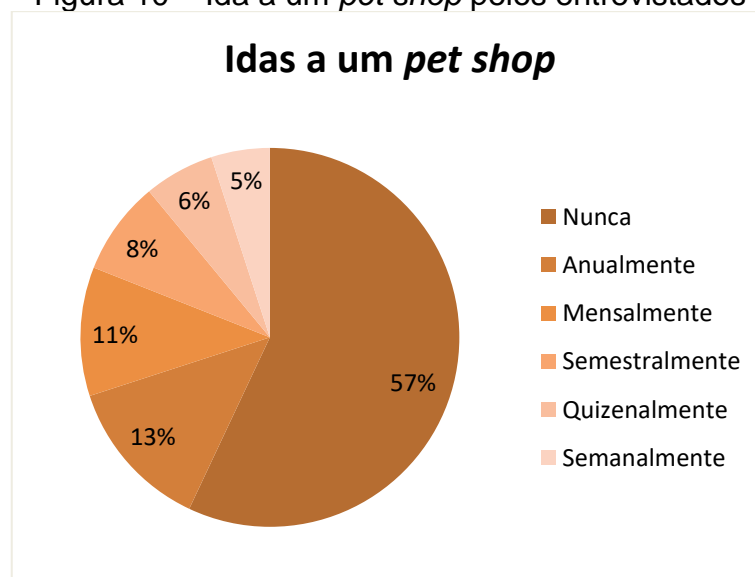
Figura 9 – Produtos de *pet*



Fonte: Elaborado pelos os autores (2020)

Quanto à frequência de ida ao *pet shop*, a maioria dos entrevistados (57%) nunca foi a um *pet shop*, 13% só iam anualmente, 11% iam mensalmente e a minoria (5%) comparecia semanalmente. Esse resultado pode ser justificado pela carência de estabelecimentos comerciais específicos do ramo na cidade de Lajes.

Figura 10 – Ida a um *pet shop* pelos entrevistados



Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Com base nos resultados apresentados, é importante priorizar, em um futuro empreendimento, produtos com preços acessíveis, com destaque para comida, considerando a renda familiar da maioria dos entrevistados e o maior interesse demonstrado por produtos alimentícios. Outro ponto importante a ser considerado é o endereço de residência dos futuros consumidores, pois a maioria não reside em Lajes, sendo importante pensar em um mercado mais abrangente.

Ainda conforme a pesquisa, a maioria do público consumidor tem entre 18 e 39 anos e a escolaridade de ensino médio incompleto ou completo, assim, provavelmente esse público não será tão exigente em relação a produtos e serviços mais específicos.

Quanto ao plano de *marketing* para o novo empreendimento, recomenda-se focar nas redes sociais, principalmente no *WhatsApp*, por ter sido mais citado como meio de comunicação pelos entrevistados e por ser o meio mais usado pelos consumidores com idade entre 18 e 39 anos. Também é válido destacar que a entrega em domicílio é um serviço demandado na cidade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos deste estudo foram alcançados, pois foi concluída a análise do perfil do consumidor no setor de *pet shop* na cidade de Lajes-RN. Os resultados indicam que os potenciais consumidores de produtos *pets* da cidade de Lajes são a maioria do sexo masculino (53%), com idade entre 18 e 39 anos (79%), com ensino médio ou curso superior completo (62%), com renda familiar de até 2 salários mínimos (85%).

O projeto foi de fundamental importância para o nosso aprendizado, pois, nos possibilitou aprender como planejar a elaboração de um plano de negócio na prática, contudo, os resultados apresentados referem-se apenas a análise dos consumidores, sendo recomendável, portanto, que se conclua o plano de negócio para se afirmar ou não a viabilidade de um empreendimento do setor *pet* na cidade de Lajes.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, Wilton Soares *et al.* Desenvolvimento de uma salada de frutas: da pesquisa de mercado à tecnologia de alimentos. **Ciênc. Tecnol. Aliment.** Campinas, v. 30, n. 2, p. 454-462, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-20612010000200024&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 17 nov. 2020. <https://doi.org/10.1590/S0101-20612010000200024>.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

CRUZ, Bruna *et al.* Plano de negócios e planejamento: sua importância para o empreendimento. **Unisalesiano**, 2015. Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/simposio2015/publicado/artigo0127.pdf>> Acesso em: 18 nov. 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier editora, 2008. Acesso em: 25 nov. 2021. RODRIGUES, Bruna *et al.* Inovação no mercado de petshops. **RAI- Revista de administração e inovação**, São Paulo, Brasil, 2013. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97325715001>>. Acesso em: 07 nov. 2020.

MIRANDA, Luciene. Brasil torna-se o segundo maior mercado de produtos pet. **Forbes**, 01 de agosto de 2020. Disponível em: <<https://forbes.com.br/negocios/2020/08/brasil-torna-se-o-segundo-maior-mercado-de-produtos-pet/>>. Acesso em: 16 nov. 2020.

MARCOS. Empreendedorismo, uma nova visão: enfoque no perfil empreendedor. **Administradores**, 2009. Disponível em: <[https://administradores.com.br/artigos/empreendedorismo-uma-nova-visao-enfoque-no-perfil-empreendedor#:~:text=Segundo%20Dornelas%20\(2008\)%20%E2%80%9Co,riscos%20e%20responsabilidades%20e%20inovando](https://administradores.com.br/artigos/empreendedorismo-uma-nova-visao-enfoque-no-perfil-empreendedor#:~:text=Segundo%20Dornelas%20(2008)%20%E2%80%9Co,riscos%20e%20responsabilidades%20e%20inovando)> Acesso em: 18 nov. 2020.

TRINDADE, Jaqueline. Quais os produtos mais vendidos em pet shop? **Pet shop controlblog**, 18 de agosto de 2018. Disponível em: <<https://petshopcontrol.com.br/blog/quais-os-produtos-mais-vendidos-em-pet-shop/>> Acesso em: 18 nov. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Manual como elaborar um plano de negócio**. Brasília: SEBRAE, 2013. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em: 10 out. 2019.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

Esse questionário faz parte de um projeto de pesquisa dos estudantes do curso técnico subsequente de Administração do IFRN- Campus Lajes e tem como objetivo analisar o perfil do cliente visando a abertura de um Petshop.

Questionário

1-Qual o seu gênero?

- Feminino Masculino Outro

2-Qual a sua idade?

- 18 a 28 29 a 39 40 a50 51 ou mais

3-Quantas pessoas têm na sua família?

- 1 a 3 4 a 6 7 a 9 10 ou mais

4-Qual seu trabalho?

- Funcionário privado Funcionário pública Profissional autônomo Desempregado
Aposentado

5-Quanto é sua a render mensal familiar?

- Menos de 1 salário Até 1 salário Até 2 salários Mais de 2 salários

6-Qual sua escolaridade?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Fundamental completo | <input type="checkbox"/> Fundamental incompleto |
| <input type="checkbox"/> Ensino médio completo | <input type="checkbox"/> Ensino médio incompleto |
| <input type="checkbox"/> Superior completo | <input type="checkbox"/> Ensino superior incompleto |
| <input type="checkbox"/> Pós-graduação | <input type="checkbox"/> Nunca estudou |

7-Onde mora?

- Lajes Pedra Preta Caiçara Outra_____ Zona rural Zona urbana

8- Qual rede social você mais utiliza?

- Facebook Whatsapp Instagram Outra_____

9-Tem animal de estimação?

- Sim Não

10-Se sim, Quantos _____

11-Qual pet possui?

- Cachorro Gato Outro_____

12-Costuma comprar produtos de pet? Sim Não

Se sim, onde costuma comprar?_____

13- Quais produtos você costuma comprar no pet shop?

- Roupas Brinquedos Comida Remédio Outro_____

14-Com qual frequência você vai a um *petshop*?

- Nunca Anualmente Semestralmente Mensalmente Quinzenalmente Semanalmente

15-Gostaria de pet shop com entrega a domicilio?

- Sim Não

16- Qual dessas opções de serviços você gostaria?

- Transporte do seu pet para banho e tosa
 Entrega de ração, medicamento e outros produtos na sua casa.
 Nenhuma das alternativas.

ANEXO A – FORMULÁRIO DE IDENTIFICAÇÃO

Dados do Relatório Científico	
Título e subtítulo: Análise de mercado: um estudo sobre perfil consumidor de produtos pet em Lajes-RN	
Tipo de relatório: Projeto de pesquisa	Data: 20/11/2020
Título do projeto: Análise de mercado: um estudo sobre perfil consumidor de produtos <i>pet</i> em Lajes-RN	
Autor(es): João Batista dos Santos Neto Thayse Laine da Silva Soares	
Instituição e endereço completo: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Campus Avançado Lajes	
<p>Resumo:</p> <p>O mercado de <i>pet shop</i> está em franco desenvolvimento atualmente no Brasil. Na cidade de Lajes-RN, atualmente, não existem lojas específicas de produtos e serviços <i>pet</i> que atendam às demandas dos clientes. Assim, esta pesquisa objetivou analisar o perfil do consumidor no mercado de <i>pet</i> na cidade de Lajes-RN, visando a abertura de um empreendimento do setor. Para o estudo, foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório e descritivo, do tipo <i>survey</i>, por meio de um questionário estruturado. As entrevistas foram realizadas de setembro a outubro de 2019 com 161 consumidores. O público-alvo foi selecionado considerando a disponibilidade para responder as perguntas e ter idade maior que 18 anos. Antes da aplicação, foi realizado um pré-teste com 10 voluntários e, após validado, o questionário foi aplicado aos consumidores. Os dados foram tabulados e analisados com o auxílio do software Microsoft Excel®. Os principais resultados obtidos foram: a maioria (53%) dos entrevistados afirmou ser do sexo masculino; 79% tinham entre 18 e 39 anos; 85% afirmaram ganhar até 2 salários mínimos; 59% afirmaram ter ensino médio incompleto ou completo; a maioria (59%) respondeu que utiliza mais o <i>Whatsapp</i> para se informar; 45% residem na cidade de Lajes - RN; 67% responderam que gostariam de entrega a domicílio; 47% responderam que a demanda principal de compra é de alimentos para seu <i>pet</i> e a maioria (57%) nunca foi a um <i>pet shop</i>. Por fim, pode-se concluir que existe uma demanda por parte dos consumidores do setor de <i>pet shop</i> na cidade de Lajes-RN.</p>	
Palavras-chave: <i>Pet shop</i> . Empreendimento. Produtos. Serviços.	
Nº de páginas: 22	
Jornada de trabalho:	Horas semanais: 10 h
Total de horas: 340 h	
Observações/notas	