

**PET HOME: desenvolvimento de um sistema produto-serviço itinerante para
atendimento de animais domésticos**

Júlia Consolini Teodoro
Universidade Federal de Uberlândia - UFU
juliactdesign@gmail.com

Gustavo Alves de Melo
Universidade Federal de Lavras - UFLA
gustavo.melo3@estudante.ufla.br

Maria Cristina Angélico Mendonça
Universidade Federal de Lavras – UFLA
mariacam@ufla.br

Maria Gabriela Mendonça Peixoto
Universidade Federal de Viçosa - UFV
mgabriela@ufv.br

Thiago Henrique Nogueira
Universidade Federal de Viçosa - UFV
thiago_ufmg@yahoo.com.br

Rafaela Heloisa Carvalho Machado
Universidade Federal de Viçosa - UFV
rafaela.h.machado@ufv.br

Fátima Machado de Souza Lima
Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG
fatimamsouzalima@gmail.com

Samuel Borges Barbosa
Universidade Federal de Viçosa - UFV
samuel.b.barbosa@ufv.br

RESUMO

Com o aumento do número de animais de estimação evidenciado nos últimos anos, observa-se a necessidade dos donos em ter cada vez mais praticidade e conforto na hora de cuidar dos seus pets. Neste contexto, o objetivo deste trabalho foi desenvolver uma proposta de sistema produto-serviço que atenda a essa demanda, focada no público que possui animais de estimação e reside em apartamentos. Assim foi proposto um “pet shop móvel”. A metodologia utilizada incluiu uma pesquisa de mercado, análise de usuários, análise de concorrentes. O desenvolvimento do sistema produto-serviço se deu de forma conceitual, com a definição da melhor alternativa e do planejamento estratégico. Como resultados do trabalho foi desenvolvido o negócio, denominado Pet Home. A proposta deste sistema é oferecer atendimento de banho/tosa e consultas veterinárias através de um automóvel adaptado, que oferecerá este serviço em condomínios fechados da cidade de Uberlândia-MG. O sistema produto-serviço desenvolvido tem potencial para atender a demandas atuais e crescentes da cidade, principalmente por oferecer oportunidades de comodidade e economia de tempo para os clientes. Considera-se que o trabalho obteve resultados satisfatórios, que podem ser implementados.

Palavras-chave: Sistema produto-serviço; Serviço itinerante; Pet shop.

1 INTRODUÇÃO

As características da domesticação de animais, bem como fatores envolvidos, são coisas que mudam de acordo com o contexto social de cada época (GIUMELLI; SANTOS, 2016). Após surgir o conceito de animal de estimação, ou pets, a atenção a este nicho só tem crescido, chegando a haver animais que são tratados com amor e cuidado igual ou semelhante aos de um membro da família (DOMINGUES et al., 2015).

Em um âmbito econômico, o mercado relacionado aos pets no mundo é movido pelos animais de estimação, os quais são divididos nos seguintes grupos: cães, gatos, aves ornamentais, peixes ornamentais, répteis, anfíbios e pequenos mamíferos. Dados de pesquisa mostram que a população pet no Brasil é de quase 140 milhões de animais, sendo a maior parte formada por cães – 55,5 milhões – e na segunda posição os gatos – 40 milhões – (ABINPET, 2022). Segundo também a ABINPET (2022), cada vez mais pessoas e famílias buscam um animal de estimação, buscando ter companhia, oferecer e receber afeto e atenção. Ao mesmo tempo, parece haver cada vez mais pessoas morando sozinhas, que procuram animais que demandam cuidados mais simples, o que explicaria o aumento de felinos.

Em relação a gastos, uma pesquisa feita em 2017 pelos órgãos Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) mostrou que as famílias brasileiras gastam em média R\$189 mensais com animais de estimação, sendo que nas classes A e B a média é de R\$224 mensais, o que mostra que há um nicho favorável ao desenvolvimento de serviços nessa área (CNDL, 2022). De acordo com dados do IPB, o Brasil obteve um faturamento no setor de pet que posicionou o país como o segundo maior mercado do mundo em 2018, com movimento de R\$34,4 bilhões, sendo uma alta de 4,6% frente a 2017 (IPB, 2022).

Devido a este contexto, a procura por serviços para este público tem sido crescente, bem como os gastos e a valorização de produtos e empresas que ofereçam produtos inovadores e de qualidade. Além disso, sabe-se que hoje em dia, com aumento de cargas de trabalho e busca pela produtividade, a procura por serviços que sejam rápidos, práticos, mas que mantenham a qualidade, também aumentou. Neste contexto, o objetivo do presente trabalho é apresentar uma proposta de desenvolvimento de um “pet shop móvel” através da metodologia de desenvolvimento de sistema produto-serviço. Isto parte da hipótese de que a criação de um “pet shop móvel” facilitaria em grande parte a vida e rotina dessas famílias que prezam pelo bem estar do animal de estimação. Com o veículo adaptado para atender às

necessidades do pet (banho, tosa, consultas veterinárias rápidas), pode ir até os clientes para atender os animaizinhos na porta de casa. Tudo isso gera rapidez no processo, conforto para o animal, que não precisaria ser levado de carro até o pet shop e depois de volta para casa, praticidade e tranquilidade para os donos, que não precisariam sair de casa para realizar esse serviço. A partir disso, o trabalho será desenvolvido em três etapas: projeto informacional, projeto conceitual e projeto detalhado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 SISTEMA PRODUTO-SERVIÇO

O Sistemas Produto-Serviço (PSS) têm como objetivo redirecionar a venda de produtos físicos para a venda de soluções a partir de produtos e serviços que conjuntamente satisfazem as necessidades dos clientes (VEZZOLI, 2018). De acordo com Rocha et al. (2013), a ideia do PSS envolve o entendimento de que as pessoas não compram apenas o produto, mas a utilidade que é aliada a ele, gerando um novo foco para o serviço que seria voltado para satisfazer as necessidades do cliente e demandas que pudessem surgir, porém, atendendo com menos material e energia reduzida.

Este novo conceito muda a lógica de mercado, no qual muitas empresas começam a agregar serviços aos seus produtos como uma forma de obter um diferencial de mercado, ou mesmo de aumentar o seu faturamento (ALICE et al., 2012). Segundo Goedkoop et al. (1999) possui um caráter ambiental, de modo que a combinação dos serviços agregados ao produto pode gerar uma redução da poluição e do impacto ambiental dos produtos. O PSS necessita de uma forma diferente de integração entre infraestrutura e atores, com a finalidade de atender os usuários com qualidade, reduzindo o impacto ambiental.

2.2 SUSTENTABILIDADE

Especificamente sobre a sustentabilidade, este é o assunto no qual o Design tem focado bastante atenção, devido às necessidades atuais. Essa preocupação tem sido inserida na área na forma de integração dos critérios ambientais, sociais e econômicos ao processo de desenvolvimento de novos produtos, além do foco em elementos que servem para minimizar impactos adversos ao longo de seu ciclo de vida (VAN DER LINDEN; VALENTINI, 2019).

Quando há um foco na área dos serviços de pet shops, que vem crescendo de forma rápida, encontra-se a oportunidade de surgimento de ofertas de serviços que contenham,

principalmente, diferenciais. Esses diferenciais, muitas vezes atendem às demandas do público-alvo – como já é visto com o funcionamento de serviços 24 horas por dia, megalojas, reformulação no modo de vender de produtos – mas também podem e devem atender às demandas do meio ambiente e da sustentabilidade (MAZZA et al., 2014). Nesse ponto, entra o papel do Designer, que deve ir além do desenvolvimento estético do produto e buscar por um diferencial competitivo, de preferência relacionado a conceitos de inovação e sustentabilidade (FERRONATO; FRANZATO, 2015).

Nesse sentido, este trabalho envolve os conceitos de serviço, sustentabilidade e inovação agregados aos sistemas produto-serviço, como foco para o desenvolvimento da solução apresentada.

3 MÉTODO

A fim de obter conhecimentos mais específicos e relacionados ao tema, para a construção do referencial teórico do trabalho, foi realizada uma pesquisa bibliográfica. Foram consultadas referências sobre Sistema Produto-Serviço (PSS) e Sustentabilidade, com o objetivo de criar uma base conceitual para o desenvolvimento do trabalho. Foram selecionados artigos e reportagens que serviram para melhor definição do trabalho.

Após a estruturação do referencial teórico se deu início o desenvolvimento do projeto em si, estruturado em três fases: projeto informacional, projeto conceitual e projeto detalhado. Inicialmente, na fase informacional, foram definidas as necessidades dos usuários, que foi feita a partir do formulário de perguntas digital. O formulário incluiu perguntas sobre custos e gastos com pet shops, preferências e investigação de possível utilização e *feedbacks* em relação ao sistema-produto proposto. Em seguida foi aplicada a análise de concorrentes e similares. Foram realizadas pesquisas com serviços similares existentes e concorrentes, para criação de possíveis diferenciais e definição de necessidades.

Para o projeto conceitual, foram definidas alternativas para o projeto a partir dos resultados da primeira fase de desenvolvimento. Foi aplicada a metodologia Business Model Canvas (BMC) para definição do negócio do sistema produto-serviço. O BMC é uma ferramenta muito utilizada atualmente e que faz uso do pensamento visual para visualização do negócio como um todo, a partir de nove seções que objetivam trazer clareza para os objetivos centrais da empresa. Também foi estruturada na fase conceitual a Jornada do Usuário, onde buscou-se analisar as etapas de uso do serviço, com o objetivo de melhorar a usabilidade do processo do serviço.

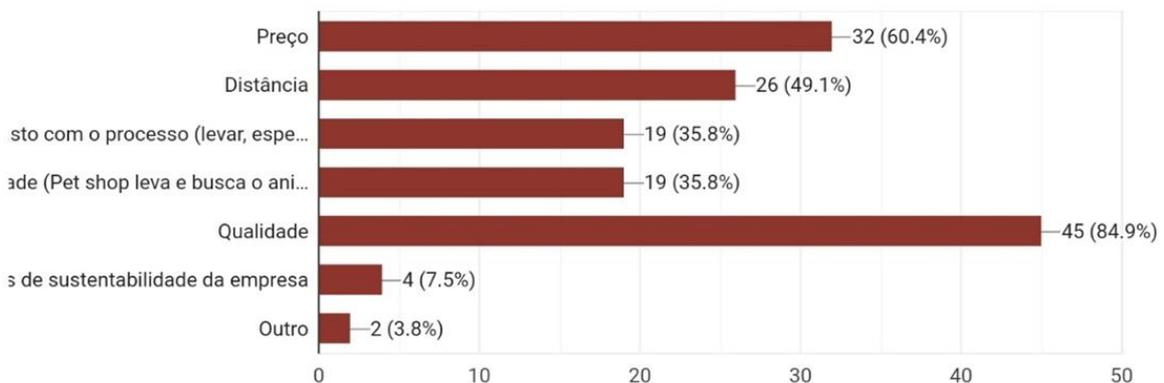
No projeto detalhado foi feito o desenho da alternativa final, contendo todos os detalhes e informações necessárias. Além disso, nesta etapa, foram analisadas a viabilidade econômica, a tecnologia e o ciclo de vida do sistema produto-serviço. Por fim, foram definidos os planejamentos de marketing.

4 DESENVOLVIMENTO DO SISTEMA PRODUTO-SERVIÇO

No início da fase informacional foi estruturado o formulário para pesquisa com o público alvo. O formulário foi enviado via redes sociais e obteve um total de 57 respondentes. Os principais resultados estão apresentas nas Figuras 1, 2, 3 e 4.

Figura 1: Uso de Pet Shop

Se você faz uso de Pet Shop, o que você leva em conta na hora de escolher um Pet Shop para seu animal de estimação?
Escolha até 3 respostas.
53 responses



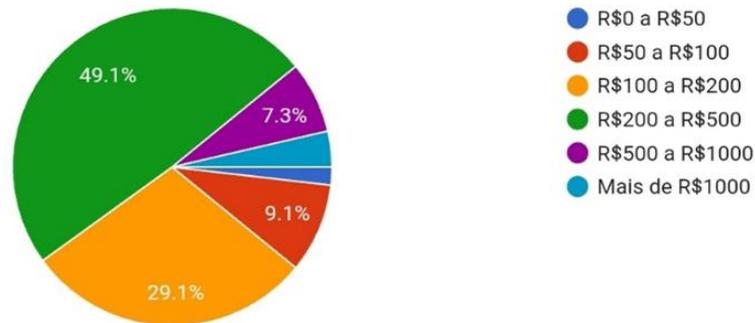
Fonte: Autores, 2022.

A Figura 1 mostra os resultados relacionados à escolha de um pet shop. Os três itens mais votados foram, respectivamente: qualidade, preço e distância. Este resultado está de acordo com as pesquisas iniciais de preferências e demandas do público-alvo. Vê-se que este público tem buscado serviços que ofereçam comodidade, custo-benefício e manutenção de qualidade. A distância é um fator que tem mostrado relevância, principalmente em um contexto atual no qual evita-se o tempo gasto com locomoção e trânsito, tempo este que pode ser gasto de forma mais proveitosa.

Figura 2: Gasto mensal com cuidados com pets

O quanto você gasta mensalmente, em média, com os cuidados com seu animal de estimação?

55 responses



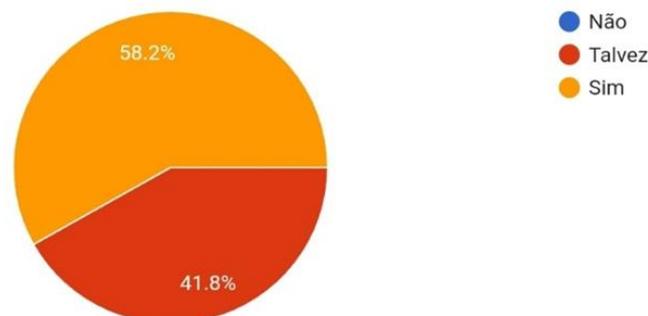
Fonte: Autores, 2022.

Na Figura 2 foi questionado o quanto os respondentes gastam mensalmente, em média, com os cuidados com os pets. O gráfico da Figura 2 parece refletir o que é visto na sociedade atualmente, que os gastos com animais de estimação têm feito cada vez mais parte do orçamento familiar, de modo que 49,1% dos respondentes gastam de R\$200 a R\$500 reais por mês com os pets. Portanto, o gasto com um serviço que ofereça qualidade, ao mesmo tempo, comodidade, parece ser viável e atender às preferências encontradas nesse público.

Figura 3: Serviço de Pet Shop no condomínio

Se houvesse um serviço de Pet Shop e Atendimento Veterinário que atendesse dentro do condomínio no qual você mora, você faria uso desse serviço?

55 responses

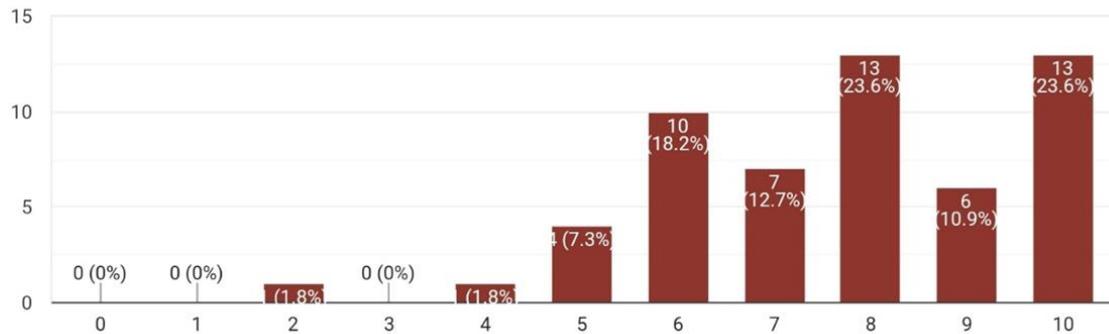


Fonte: Autores, 2022.

Figura 4: Atendimento de Pet Shop/veterinário móvel

De 0 a 10, o quanto você considera impactante na sua vida o serviço de Pet Shop/ Atendimento Veterinário Móvel com serviço dentro do seu condomínio?

55 responses



Fonte: Autores, 2022.

As Figuras 3 e 4 mostram os resultados da pesquisa relacionada à utilidade da proposta. A possibilidade de existência deste produto obteve retornos otimistas, de modo que 58,2% dos respondentes indicaram que usariam o serviço caso esse fosse oferecido. Tais resultados, mesmo sendo restritos a esta amostra, podem indicar o produto como algo promissor e passível de ser implementado.

O formulário buscou ainda identificar as necessidades dos usuários e benefícios advindos do uso do serviço. As respostas incluem como benefícios: comodidade, praticidade e economia de tempo ao cuidar dos animais de estimação; evitar a saída de casa para mais uma necessidade, podendo ter aquilo que precisa na porta da própria casa; economia de combustível; menor poluição devido à redução do uso de automóvel com o leva e traz; conforto para o animal; facilidade; o pet se sentir mais "em casa"; mais segurança por poder acompanhar o processo; custo-benefício; segurança; rapidez; tratamento especial e atenção total ao pet; valorização do seu serviço e a cobrança de um valor maior.

O contexto identificado a partir da pesquisa de revisão bibliográfica expõe o aumento do número de animais de estimação nas casas e crescente "substituição" de filhos por "pets", bem como a necessidade dos donos em ter cada vez mais praticidade e conforto na hora de cuidar dos seus animais de estimação. A pesquisa de mercado realizada através de formulário confirmou o que já vem sendo descrito na literatura, como exposto anteriormente. Nesse sentido, a proposta do sistema produto-serviço deste trabalho busca atender às necessidades e preferências desse público alvo a partir da criação de um projeto de um "pet shop móvel", além de considerar os temas de sustentabilidade e inovação.

A pesquisa com usuários, descrita anteriormente, resultou em direcionamentos para o desenvolvimento do projeto. A partir disso, foram estabelecidos o público-alvo, os *stakeholders* e o

levantamento de serviços e sistemas semelhantes.

O público alvo então foi definido como famílias com um ou mais animais de estimação em casa e que moram em condomínios fechados na cidade de Uberlândia-MG. Os *stakeholders* definidos foram: fornecedor de combustível; síndico do condomínio; veterinário responsável; funcionários para banho e tosa; fornecedor de água; fornecedor de produtos de pet shop; fornecedor de medicamentos básicos para pet; famílias do condomínio que têm animais de estimação. O levantamento de serviços/sistemas semelhantes identificou que existem serviços de outras áreas que utilizam o sistema móvel ou o serviço a domicílio, como lava-jato *delivery*, cabeleireiros/barbeiros/manicures a domicílio, salão de beleza móvel, ótica a domicílio e limpeza de sofá em casa.

A análise de concorrentes identificou três serviços existentes: o Bono Pet Móvel é um serviço oferecido em Osasco-SP, que possui banho e tosa com produtos hipoalergênicos, toalhas próprias para pet, equipamentos profissionais de última geração, sopradores cabinados (baixíssimo ruído), chuveiro em temperatura ideal para o pet, banheira adequada para melhor conforto, secadores profissionais e lixadeiras de unhas, grande reservatório de água, bomba potente para otimizar o tempo do banho e dedetização interna com higienização frequente. O Pet Móvel Ai que Pelo atende na região do ABC paulista, oferece serviços de banho, tosa, tosa higiênica, hidratação, corte de unha, limpeza de ouvidos e escovação dentária, possui uma excelente avaliação de clientes e atende animais de pequeno a grande porte. A Toca do Banho atende na cidade de Uberaba-MG, oferece banho, tosa, venda de rações e acessórios para o pet, atende na porta da casa do cliente e possui boa avaliação, de uma maneira geral, mas também há críticas sobre atendimentos específicos (falta de compromisso com horário, atendimento via WhatsApp mal feito, etc.). Não divulgam muitas informações sobre a equipe e as ferramentas utilizadas, apenas fotos de resultado final dos animais.

Como tendências, foram identificados serviços *delivery*, serviços a domicílio e agendamentos online. Em relação às informações técnicas do sistema/serviço, foram identificadas: a necessidade de reservatório de água; equipamentos adequados para banho e tosa em animais de pequeno e grande porte; sistema de liberação de forma correta da água utilizada no banho e local para armazenar resíduos da tosa para descarte posterior.

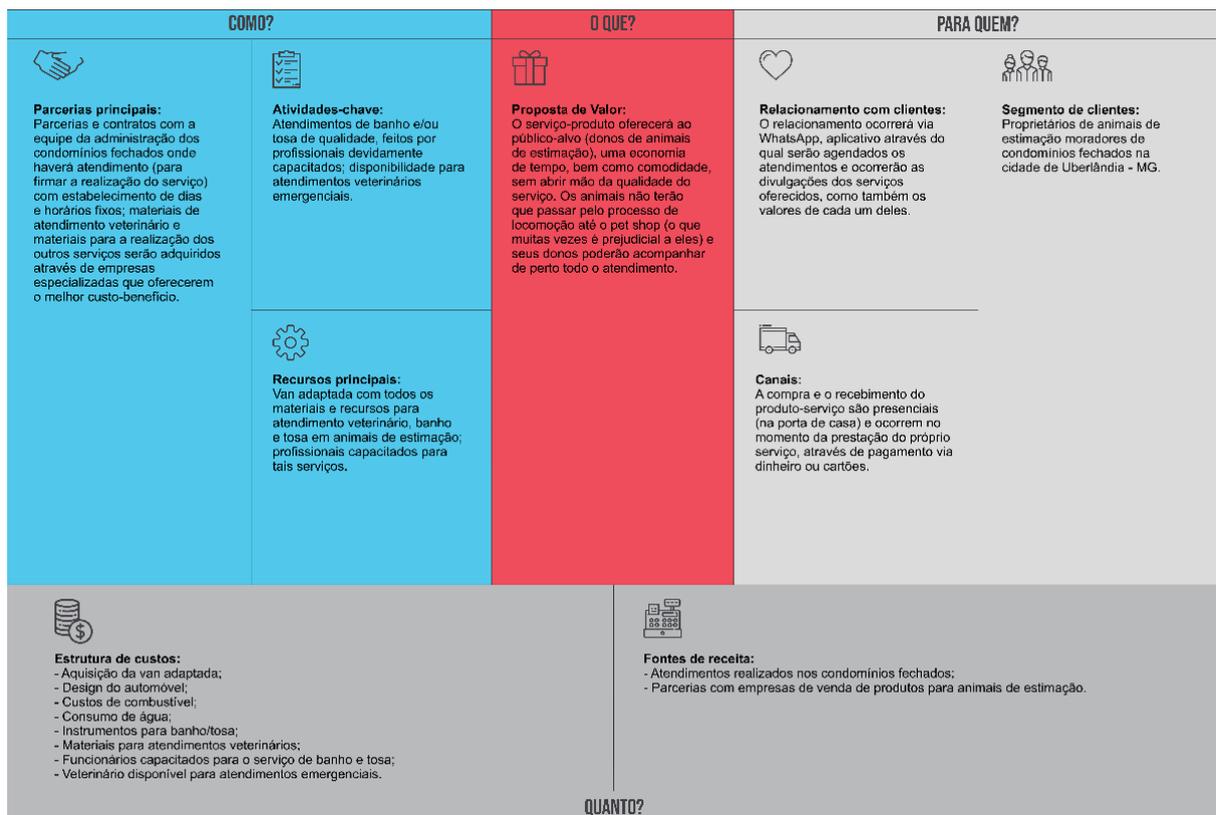
Na definição das necessidades do serviço, foram definidos os seguintes itens: pelo menos um veterinário disponível para atendimentos emergenciais; profissionais capacitados e principalmente apegados a animais; veículo (van) adaptada para o serviço; disponibilidade de produtos e acessórios para o pet; itens de primeiros-socorros; local adequado para armazenamento de água; devido descarte da água no esgoto; itens básicos de pet shop pronta entrega; serviço de qualidade; rapidez no atendimento; qualidade de atendimento prévio no momento de agendamentos; higienização frequente do automóvel; local adequado para armazenamento dos resíduos de tosa para descarte posterior; disponibilidade para atendimentos emergenciais.

Na segunda fase do desenvolvimento, projeto conceitual, foram desenvolvidas três alternativas

para o sistema produto-serviço, as quais foram: um pet móvel acoplado ao carro, uma van adaptada e um pet shop em trailer. A partir de todos os resultados e análises, optou-se pela escolha da van adaptada como melhor alternativa, com adaptações de itens de pet shop para banho, tosa e atendimento emergencial veterinário.

Para aplicação de ferramentas de desenvolvimento de serviços, optou-se pelo Business Model Canvas (BMC), apresentado na Figura 5.

Figura 5: Business Model Canvas (BMC)



Fonte: Autores, 2022.

A partir das pesquisas realizadas, definiu-se que a proposta de valor deste sistema produto-serviço resume-se na oferta ao público-alvo (donos de animais de estimação), uma economia de tempo, bem como comodidade, sem abrir mão da qualidade do serviço. Definiu-se como segmento de clientes os proprietários de animais de estimação moradores de condomínios fechados. A compra e recebimento do produto é presencial e ocorrem no momento da prestação do serviço, através de pagamento via dinheiro ou cartões. O relacionamento ocorrerá via mídias sociais, para divulgação dos serviços; parcerias com empresas relacionadas e contato personalizado via Whatsapp, que pode ser acessado por todos que acessarem o link redirecionado que será divulgado nas redes sociais. Atendimentos de

banho e/ou tosa com hora marcada; atendimento veterinário com hora marcada. Parcerias e contratos com a equipe da administração de condomínios fechados, para firmar a realização do serviço, com estabelecimento de dias e horários. Recursos como materiais de atendimento veterinário e materiais para realização dos outros serviços serão adquiridos com empresas especializadas que oferecerem o melhor custo-benefício. A estrutura de custos envolve os seguintes itens: aquisição de van; design do automóvel; custos de combustível; consumo de água; instrumentos para banho/tosa; instrumentos para atendimentos veterinários; estrutura interna da van. Fontes de receita: atendimentos realizados nos condomínios; parcerias com empresas de venda de produtos para animais de estimação.

Devem ser cumpridos todos os requisitos legais para a realização do serviço. Isto inclui toda a parte burocrática e todos os documentos necessários, sendo que os principais são: Consulta Comercial; Registro de Marca; Formalização da Empresa (CNPJ); Inscrição Estadual; Alvará de Licença; Vistoria dos Bombeiros; Matrícula no INSS; Registro no Conselho Especializado.

No fim da fase de projeto conceitual, foi definida a alternativa final do sistema produto-serviço, que é o desenvolvimento de um pet shop móvel em uma van adaptada para oferecer serviços de banho, tosa e atendimento veterinário emergencial, além de conter alguns produtos e acessórios pronta entrega para animais de estimação (como brinquedos, petiscos, entre outros). O serviço atenderá preferencialmente condomínios fechados na cidade de Uberlândia-MG, tais como Gávea Hill 1, Residencial The Palms, Bosque Karaíba, Village Karaíba, entre outros. O serviço terá uma parceria inicial com os condomínios que aceitarem a proposta e que tiverem maior interesse por parte dos moradores, permitindo assim que os atendimentos sejam otimizados e possam acontecer de forma constante e agendada, facilitando tanto o dia a dia dos clientes quanto o atendimento por parte do pet shop móvel, que visa principalmente diminuir gastos com transporte dos animais. Relacionado a isso, sabe-se que muitos animais têm medo de andar de carro e isso acaba sendo um desconforto também para o dono. Poder levar o pet shop até eles, além de gerar praticidade, pode diminuir o estresse do animal.

Em relação à sustentabilidade, a equipe do pet shop móvel será treinada para o uso racional da água, tendo a consciência da importância de estarmos todos juntos com o mesmo propósito. Serão utilizadas duchas e controladores de jatos de água com regulagem automática, evitando que o fluxo de água seja constante mesmo quando não estiverem dando banho nos animais. Serão utilizados produtos de fácil enxágue para reduzir o consumo de

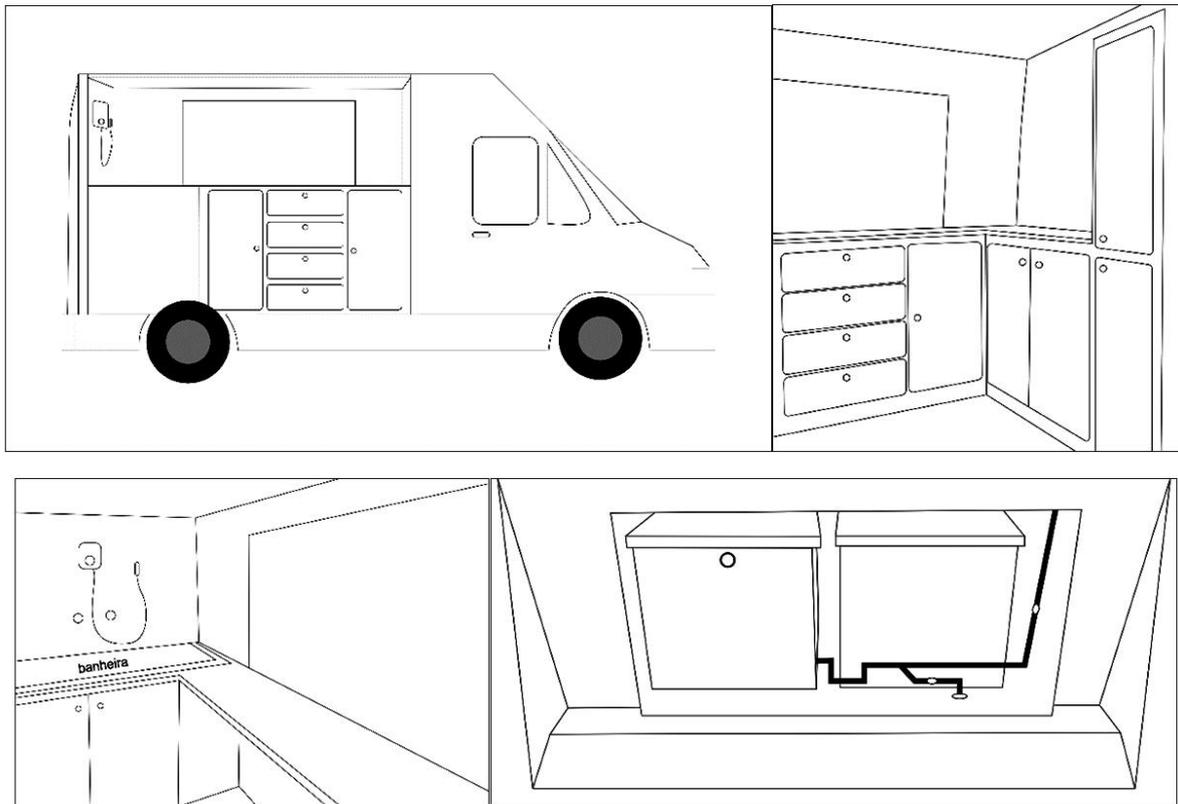
água no processo de banho. A van terá todos os itens necessários para funcionamento, necessitando apenas de uma tomada externa (fornecida pelo condomínio) para que o sistema elétrico possa funcionar durante os serviços. Haverá um reservatório de água e outro para armazenamento da água utilizada, para que seja feito o devido descarte posterior. A equipe contará com no mínimo três funcionários, sendo dois deles capacitados para banho e tosa (sendo capacitados também para a condução do veículo e contato com os clientes via WhatsApp) e pelo menos um veterinário disponível para atendimentos emergenciais.

O serviço funcionará por agendamentos feitos via WhatsApp, através do qual serão previamente disponibilizados os dias da semana e período do dia em que o serviço atenderá em cada condomínio fidelizado ao serviço. Dessa forma, os donos dos animais já deixarão agendados banho/tosa/atendimento de acordo com a necessidade. Caso nenhum cliente de um mesmo condomínio necessite de atendimento médico para seu animal, não há a necessidade da presença do veterinário naquele dia.

Para análise da viabilidade econômica, foram definidos os custos, que resultam em um investimento inicial de R\$150.000,00 e inclui os seguintes custos e itens: Custo médio com veículo (de R\$100.000,00 a R\$180.000,00); Adaptação do veículo (até R\$10.000,00); Máquina desembaraçadora (R\$1.000,00); Ducha (R\$500,00); Máquina de tosa (R\$1.000,00); Kit de escovas (R\$350,00); Máquina de secar (R\$8.500,00); Funcionários (até R\$5.000,00).

Na análise do ciclo de vida do sistema produto-serviço foi realizada a identificação dos resíduos gerados, com definição do ciclo de vida do serviço, descrita nos itens abaixo: 1. Introdução do Serviço (Nascimento); 2. Crescimento do Serviço; 3. Maturidade do Serviço (Reprodução); 4. Declínio do Serviço (Envelhecimento); 5. Fim do Serviço (Morte). Os resíduos gerados pelo serviço incluem pelos dos animais devido à tosa; resíduos hospitalares; água utilizada no banho; embalagens de itens utilizados bem banho/tosa/atendimento veterinário. A Figura 6 apresenta o detalhamento interno do Pet Home.

Figura 6: Detalhamento interno do Pet Home



Fonte: Autores, 2022.

O conceito da identidade visual do Pet Home trata-se de uma representação de acolhimento aos pets. Foi utilizado o símbolo da pata dos animais como representação geral, incluindo tanto cães como gatos. O símbolo, colocado dentro do desenho de uma casa, representa o conforto e acolhimento que os animais sentem dentro de casa. Isso mostra o quanto o pet shop se importa com o bem estar dos animaizinhos. O nome “Pet Home”, também remete a essa sensação de estar em casa, no conforto e aconchego.

Figura 7: Identidade visual do Pet Home e aplicação

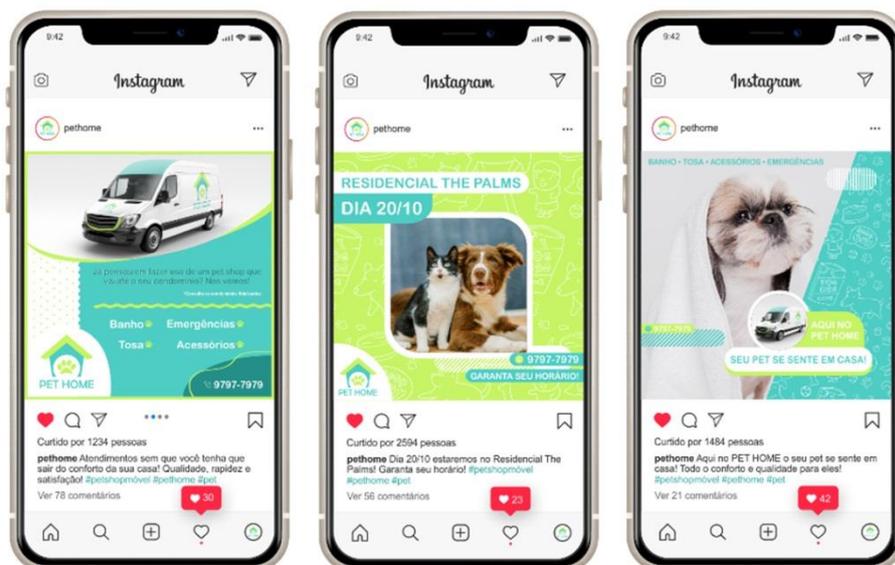


Fonte: Autores, 2022.

Para realização do contato, como descrito anteriormente, haverá utilização do aplicativo WhatsApp, mantendo os objetivos de facilidade do produto. Ao entrar em contato, haverá agendamento via aplicativo, que também será utilizado para sanar dúvidas relacionadas aos serviços prestados.

Para realização de divulgação, será utilizado o aplicativo Instagram, que atualmente é o método de divulgação com alto alcance e disponível a todos os públicos. A partir da criação de uma página do sistema produto-serviço, serão feitas as divulgações dos produtos prestados, bem como cronograma semanal de atendimento nos condomínios parceiros, além de *repost* de publicações de clientes. A Figura 8 apresenta algumas peças de divulgação do Pet Home para Whatsapp.

Figura 8: Divulgação do Pet Home no Whatsapp



Fonte: Autores, 2022.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo propor um sistema produto-serviço que atendesse às demandas e preferências de pessoas com animais de estimação, além de considerar soluções sustentáveis. Considerando a revisão realizada, bem como a pesquisa de mercado com possíveis usuários, considera-se que foi desenvolvido um projeto satisfatório, que atendeu os principais pontos e principais necessidades do público-alvo.

Inicialmente o sistema foi proposto para Uberlândia-MG, mas a partir das análises realizadas, entende-se que há chances de prospecção do sistema, bem como ampliação da

marca para outras áreas da cidade e posteriormente outras cidades. Além disso, por se tratar de um nicho em crescente expansão, considera-se que há mercado para expansão do negócio e parcerias diversas.

Como todo trabalho, este também apresenta algumas limitações. Uma delas é a existência de sistemas semelhantes, mesmo que em cidades diferentes. Além disso, a limitação de tempo pode ter prejudicado o desenvolvimento de alguns detalhes importantes do projeto. A reutilização de água foi um ponto central do projeto, porém não foi possível solucioná-lo, o que não impede que sejam pensadas novas possibilidades e alternativas sustentáveis. Considerando essas limitações, porém, conclui-se que houve um desenvolvimento satisfatório e relevante do sistema produto-serviço, com benefícios diretos e indiretos ao público-alvo e seus animais, como benefícios sustentáveis, com a diminuição de emissão de poluentes, uso racional da água durante o processo do banho, produtos que otimizam o tempo do serviço, entre outros.

REFERÊNCIAS

- ABINPET. Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação. **Informações Gerais do Setor Pet.** Disponível em:< https://abinpet.org.br/infos_gerais/#:~:text=S%C3%A3o%2054%2C2%20milh%C3%B5es%20de,nosso%20setor%20na%20economia%20brasileira.>. Acesso em Maio de 2022.
- ALICE, C. F., BEUREN, F. H., PALADINI, E. P., FERREIRA, M. G. G., & MIGUEL, P. A. C. Uma análise de um sistema produto-serviço no contexto da qualidade. **Exacta**, 10(2), 193-206, 2012.
- CNDL. Confederação Nacional de Dirigentes Logistas. **61% dos donos de animais de estimação veem seus pets como um membro da família; gasto mensal é de R\$189, em média.** Disponível em:< <https://site.cndl.org.br/61-dos-donos-de-animais-de-estimacao-veem-seus-pets-como-um-membro-da-familia-gasto-mensal-e-de-r189-em-media/>>. Acesso em Maio de 2022.
- DOMINGUES, L. R., CESAR, J. A., FASSA, A. G., & DOMINGUES, M. R. Guarda responsável de animais de estimação na área urbana do município de Pelotas, RS, Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, 20, 185-192, 2015.
- FERRONATO, P. B., & FRANZATO, C. Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda. **ModaPalavra e-periódico**, 103-115, 2015.
- GIUMELLI, Raísa Duquia; SANTOS, Marciane Cleuri Pereira. Convivência com animais de estimação: um estudo fenomenológico. **Revista da Abordagem Gestáltica: Phenomenological Studies**, v. 22, n. 1, p. 49-58, 2016.
- GOEDKOOP, M. J., VAN HALEN, C. J., TE RIELE, H. R., & ROMMENS, P. J. **Product**

service systems, ecological and economic basics. Report for Dutch Ministries of environment (VROM) and economic affairs (EZ), 36(1), 1-122, 1999.

IPB. Instituto Pet Brasil. **Mercado pet movimentou R\$ 34,4 bilhões em 2018.** Disponível em: <[http://institutopetbrasil.com/imprensa/mercado-pet-balanco-2018/#:~:text=O%20varejo%20pet%20nacional%20movimentou,Instituto%20Pet%20Brasil%20\(IPB\).](http://institutopetbrasil.com/imprensa/mercado-pet-balanco-2018/#:~:text=O%20varejo%20pet%20nacional%20movimentou,Instituto%20Pet%20Brasil%20(IPB).>)>. Acesso em Maio de 2022.

MAZZA, C., ISIDRO-FILHO, A., & HOFFMANN, V. E. Capacidades dinâmicas e inovação em serviços envolvidas na implementação e manutenção de práticas de sustentabilidade empresarial. **RAI Revista de Administração e Inovação**, 11(3), 345-371, 2014.

ROCHA, Elenise et al. Produtos, Serviços e Sistemas (PSS): investigando os fatores críticos de sucesso e oportunidades de pesquisas. **Espacios**. Vol. 34 (7). Pág. 12, 2013.

VAN DER LINDEN, Júlio C. S.; VALENTINI, Bruno G. **Design, Cultura & Inovação**. Volume I. Porto Alegre: Marcavvisual, 2019.

VEZZOLI, Carlo. **Sistema produto+serviço sustentável: fundamentos**. Curitiba: Insight, 2018.