



## ► RESUMO

Esta ideia de negócio surgiu para dar oportunidade a todos os amantes de animais poderem ter várias opções de escolha para proporcionar uma última homenagem digna ao seu companheiro de vida e tornar um momento triste num momento memorável.

## ► Palavras-chave

Sustentabilidade; Animais; Natureza; Amor; Modelo de negócio;

## ► INTRODUÇÃO, CONTEXTUALIZAÇÃO e OBJETIVOS

Companheiros Para Sempre consiste num espaço verde, cheio de árvores que dá oportunidade aos seus clientes de realizarem um luto digno aos seus companheiros de vida e sempre com base na sustentabilidade. “Uma vida depois da vida”, dando a oportunidade de transformar uma vida no nascimento de uma outra vida, ou seja, um jardim repleto de árvores fortes e bonitas a crescerem em que cada árvore representa e lembra o seu melhor amigo, podendo ainda ter a oportunidade de ver crescer, florescer e ainda regá-la com o mesmo amor com que cuidava o seu animal de estimação. O Companheiros Para Sempre terá serviços de cremação, de sepultamento e ainda produtos de *merchandise*, tudo de forma ecológica contribuindo para a sustentabilidade do planeta, além de as pessoas terem opção de escolha para fazer o luto dos seus fieis amigos, podendo fazê-lo sem afetar o meio-ambiente.

## ► METODOLOGIA

O objetivo deste projeto consiste na elaboração do modelo de negócios do Companheiros Para Sempre para conhecer a viabilidade da implementação do mesmo, nomeadamente a sua componente financeira. Para a realização deste modelo de negócio foi utilizada uma metodologia mista, tanto quantitativa (através do questionário realizado ao nicho de mercado identificado) como também qualitativa, através de uma análise setorial. Para o desenvolvimento do mesmo, validou-se em primeiro lugar o problema e a ideia, passando depois pelas várias fases do processo estratégico, através da utilização de ferramentas adequadas para o efeito, como por exemplo, as 5 forças de Porter, o modelo Canvas, a análise *SWOT*, a análise *PESTAL*, a segmentação de clientes, a construção de personas, a estratégia de marketing, a cadeia de valor e o posicionamento estratégico. Foi efetuada a análise do mercado onde o negócio se irá inserir, tanto externa como interna, identificando as parcerias-chave, os fornecedores e os concorrentes. Para verificar a viabilidade do negócio executou-se o plano económico e financeiro e a análise de sensibilidade.

## ► PROJETO

Todos nós já nos deparamos com a perda de alguém que amamos, sendo o último adeus muito difícil de superar. Foi com base nessa dor que surgiu esta ideia, que apresenta uma solução para um problema que existe na nossa sociedade. Falo-vos agora da origem de tudo, a minha primeira gata que me inspirou, a **FIFI**, e o dia do seu último adeus, **A MINHA** dor era imensa, mas a vontade de homenagear a **COMPANHEIRA** que eu tanto amava também o era. A falta de opções **PARA** essa homenagem, assim como de muitas outras pessoas que passariam pelo mesmo, levou-me a pensar nessa resposta. Os benefícios que este negócio proporciona aos clientes são: escolha para o luto do animal de estimação; jardim memorial; sustentabilidade do planeta; amenização da dor; vasto portfólio de serviços e produtos; criação de um relacionamento forte com o cliente; e, a humanização **SEMPRE** presente.



## ► RESULTADOS (PREVISTOS) E CONCLUSÕES

Esta ideia de negócio surgiu para dar oportunidade a todos os amantes de animais poderem proporcionar uma última homenagem digna para o seu companheiro de sempre. Depois de toda a investigação e planeamento é possível comprovar que o negócio é viável, tem potencial e não tem grande volatilidade de risco, demonstra uma taxa interna de rentabilidade de 41,02%, consegue-se recuperar o investimento em aproximadamente 4 anos e um retorno de três vezes mais que o investimento, por isso é um negócio atrativo para qualquer investidor. Estes indicadores são importantes para todos os *stakeholders* e para a tomada de decisões perante a empresa. Um negócio para resultar tem de cumprir com os requisitos e necessidades da sociedade e tem sucesso quando é lançado no *timing* certo e este modelo de negócio é prova disso.

Aquele que não é capaz de amar um animal não é capaz de amar ninguém!

## ► BIBLIOGRAFIA

- SIAC. (n.d.). *Sistema de informação de animais de companhia*. <https://www.siac.vet/>
- PetPedia. (2022, February 18). *22 Fascinating Pet Industry Statistics & Facts (2022 UPDATE)*. <https://petpedia.co/pet-industry-statistics/>
- Animall all for pets. (2014). <https://animall.pt/pt/home>
- Raquel Silva, lda. (n.d.). *Artigos funerários*. <https://www.raquelsilva.pt/>
- Crementation Ink. (2010). *Tattooing ink*. <https://crementationink.com/>
- Cruzeiros Douro. (n.d.). *Cruzeiros temáticos*. <https://www.cruzeiros-douro.pt/pt/cruzeiros-tematicos>

