



---

**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA**  
**Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda**

CAMILA MARINI  
DAIANE SOLER PARRA  
DIALA DE OLIVEIRA TREVISAN

“ACONCHEGO”: PROJETO DE COLEÇÃO DA MARCA FAREJAMOR

AMERICANA - SP  
2018



---

“ACONCHEGO”: PROJETO DE COLEÇÃO DA MARCA FAREJAMOR

Trabalho apresentado à Banca Examinadora da Faculdade de Tecnologia de Americana como exigência parcial para a obtenção do título superior em Têxtil e Moda, sob a orientação do professor Carlos Frederico Faé.

CAMILA MARINI  
DAIANE SOLER PARRA  
DIALA DE OLIVEIRA TREVISAN

**FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana - CEETEPS  
Dados Internacionais de Catalogação-na-fonte**

M292a MARINI, Camila

"Aconchego" : projeto de coleção da marca Farejamor. / Camila Marini, Daiane Soler Parra, Diala de Oliveira Trevisan. – Americana, 2018.

180f.

Monografia (Curso de Tecnologia em Têxtil e Moda) - - Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientador: Prof. Carlos Frederico Faé

1 Moda I. PARRA, Daiane Soler II. TREVISAN, Diala de Oliveira III. FAÉ, Carlos Frederico. IV. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana

CDU: 687.016

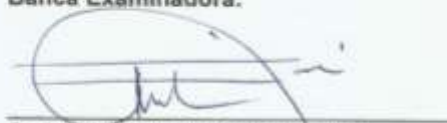
Camila Marini  
Dalane Soler Parra  
Diala de Oliveira Trevisan

**"ACONCHEGO": PROJETO DE COLEÇÃO DA MARCA  
FAREJAMOR**

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda, pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – Fatec/ Americana.  
Área de concentração: Projeto de Coleção

Americana, 07 de dezembro de 2018.

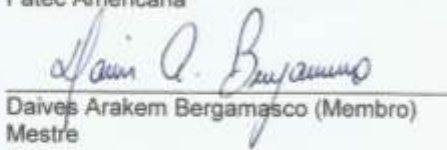
**Banca Examinadora:**



Carlos Frederico Faé (Presidente)  
Graduado  
Fatec Americana



Magaly Pitoli (Membro)  
Mestre  
Fatec Americana



Daives Arakem Bergamasco (Membro)  
Mestre  
Fatec Americana

Felizes os cães, que pelo faro descobrem os amigos.

(Machado de Assis)

## **AGRADECIMENTOS**

Acreditamos que o sucesso não se conquista trabalhando sozinho, por isso reconhecemos aqui, todas as pessoas que de forma direta ou indireta, nos ajudaram na construção do sucesso deste trabalho. Nossos agradecimentos vão para:

Nossos familiares, por todo apoio, compreensão e paciência: Angela Marques Dias, Anizia Gonçalves Parra, Caio Marini, Daiane de Oliveira Dias, Daniele de Oliveira Dias, Eduardo Trevisan Fernandes, Elaine Cristina Baroni Marini, Eliane Soler Parra, Eugenio Soler Parra Filho, Gilson Victorio Coelho, Renelson Marini, Sueli Aparecida Trevisan Galter.

Nosso professor orientador Carlos Frederico Faé, que com bom humor e paciência nos guiou compartilhando seu conhecimento.

Os professores: Edison Valentim Monteiro, Paula da Fonte Sanches, Marcos de Carvalho Dias, que nos atendiam sempre que tínhamos dúvidas. E a todos professores do curso Têxtil e Moda, que através de seus conhecimentos contribuíram com nosso aprendizado.

Os colaboradores: Edna Elissandra Perri Saciloto, Erika Melissa Alves Teixeira, Lucas Amorim de Souza, Lucimara Cardoso do Nascimento, Márcia Vaz de Lima Oliveira, Marcio André dos Santos Teixeira, Rodrigo Brito Battilana, Weber José de Oliveira, que fizeram contribuições essenciais para a realização deste trabalho.

Os profissionais entrevistados que colaboraram com suas experiências: Adriana Lion Botelho, Cesmar Stokeviciene Moura, Elise Fernandes Ortega e Renato de Moraes Sarmiento.

A todas as pessoas que responderam à pesquisa de campo, nos ajudando a conhecer melhor o mercado que desejamos atuar.

Agradecemos ainda pela oportunidade de poder trabalhar em equipe, pois nos completamos em nossas diferenças e à Deus por nos conceder inteligência, sabedoria e equilíbrio.

E para finalizar, nosso agradecimento especial vai para aqueles que nos inspiraram a realizar este trabalho: nossos cachorros Bobby, Meg e Pandora.

## RESUMO

Com o número de cães domésticos aumentando progressivamente, o mercado *pet* tem investido cada vez mais em novidades para atender esse público, e de modo consequente, acaba não sofrendo com instabilidades que atingem diferentes áreas do comércio. Partindo de análises bibliográficas, pôde-se compreender melhor o relacionamento entre o homem e o cachorro, desde a origem à atualidade. O presente projeto contempla o estudo para o início da marca Farejamor, onde é apresentada ao mercado evidenciando o conceito “tal dono, tal cão,” cujas roupas para ambos são combinadas a partir de cores, estampas ou modelos. Com o resultado da pesquisa de campo aplicada nesse trabalho, foi possível colher informações para aprimoramento da marca Farejamor, como definição do público alvo e motivos que o conduz a vestir seu cão. A partir daí, com a coleta de dados, conquistou-se o objetivo de criar o projeto de coleção “Aconchego”, com base nas tendências de inverno 2019.

**Palavras-chaves:** Coleção; Cão; Humano.

## **ABSTRACT**

With the number of domestic marriages progressively, the market has invested more and more in news to attend to this public, and consequently, not to suffer with instabilities that reach the market areas. To partition bibliographical sciences, to improve oneself to improve the relationship between the man and the dog, from the origin to the actuality. This project contemplates the study for the beginning of the Farejamor brand, which is presented to the market evidencing the concept "such owner, such dog", which are clothes for both are combined from cores, prints or models. With the result of the fixed type search, it was possible to gather information for the improvement of the Farejamor brand, such as the definition of the target public and the reasons that led to their dog walking. From there, with a data collection, the "Aconchego" collection project is won, based on the winter trends of 2019.

**Keywords:** Collection; Dog; Human.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Cão de Castro Laboreiro, raça de tipo molossóide e Greyhound, raça tipo galgo .....	12
Figura 2: Border Collie, raça pertencente do grupo 1 .....	13
Figura 3: Bulldog, raça pertencente do grupo 2 .....	14
Figura 4: Yorkshire Terrier, raça pertencente do grupo 3.....	15
Figura 5 : Dachshund (Teckel), raça pertencente do grupo 4 .....	15
Figura 6: Chow Chow, raça pertencente do grupo 5 .....	16
Figura 7: Beagle, raça pertencente do grupo 6 .....	16
Figura 8: Setter Inglês (English Setter), raça pertencente do grupo 7.....	17
Figura 9: Labrador Retriever, raça pertencente do grupo 8 .....	17
Figura 10: Shih Tzu, raça pertencente do grupo 9 .....	18
Figura 11: Whippet, raça pertencente do grupo 10 .....	18
Figura 12: Toy Fox Terrier, raça não recolhido pelo FCI .....	19
Figura 13: Concentração do público-alvo no Brasil .....	35
Figura 14: Imagens usadas na pesquisa de campo .....	47
Figura 15: Logo da marca Farejamor .....	50
Figura 16: Painel de consumidores da marca Farejamor .....	51
Figura 17: Layout do site na aba Para Nós .....	56
Figura 18: Layout do site na aba Para Eles.....	57
Figura 19: Guia de como tirar as medidas do cachorro.....	58
Figura 20: Frente e verso do cartão de visita da marca Farejamor .....	59
Figura 21: Embalagem da marca Farejamor .....	60
Figura 22: Painel de inspiração da marca Farejamor .....	62
Figura 23: Paleta de cores da coleção “Aconchego” .....	62
Figura 24: Vestido jeans feminino .....	64
Figura 25: Vestido jeans fêmea.....	65
Figura 26: Colete jeans macho.....	66
Figura 27: Vestido nuvem feminino .....	67
Figura 28: Vestido nuvem fêmea.....	68
Figura 29: Colete nuvem macho .....	69
Figura 30: Vestido com recorte feminino .....	70
Figura 31: Colete com recorte fêmea .....	71

Figura 32: Colete com recorte macho .....	72
Figura 33: Colete camuflado masculino .....	73
Figura 34: Colete camuflado fêmea .....	74
Figura 35: Colete camuflado macho.....	75
Figura 36: Capa feminina .....	76
Figura 37: Capa fêmea.....	77
Figura 38: Capa macho .....	78
Figura 39: Casaco gola alta feminino .....	79
Figura 40: Casaco gola alta fêmea.....	80
Figura 41: Casaco gola alta macho .....	81
Figura 42: Casaco assimétrico .....	82
Figura 43: Vestido assimétrico fêmea .....	83
Figura 44: Colete assimétrico macho .....	84
Figura 45: Casaco martingale masculino .....	85
Figura 46: Casaco martingale fêmea .....	86
Figura 47: Casaco martingale macho.....	87
Figura 48: Moletom masculino .....	88
Figura 49: Moletom fêmea .....	89
Figura 50: Moletom macho.....	90
Figura 51: Blusa de moletom com capuz feminino.....	91
Figura 52: Blusa de moletom com capuz cão unissex .....	92
Figura 53: Casaco bicolor família feminino .....	93
Figura 54: Casaco bicolor família masculino .....	94
Figura 55: Casaco bicolor família fêmea .....	95
Figura 56: Casaco bicolor família macho família.....	96
Figura 57: Vestido jeans feminino confeccionado .....	116
Figura 58: Vestido jeans fêmea confeccionado.....	116
Figura 59: Casaco bicolor feminino confeccionado .....	117
Figura 60: Colete bicolor macho confeccionado.....	117
Figura 61: Colete camuflado masculino confeccionado .....	118
Figura 62: Colete camuflado fêmea confeccionado .....	118
Figura 63: Questionário para a coleta de dados.....	124
Figura 64: Imagem utilizada na pesquisa de campo.....	147

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Faixa etária da amostra.....	32
Tabela 2: Faixa salarial da amostra .....	33
Tabela 3: Quantidade de pessoas por Estado .....	33
Tabela 4: Faixa etária do público-alvo.....	36
Tabela 5: Faixa salarial do público-alvo .....	37
Tabela 6: Medidas femininas: corpo ampulheta .....	52
Tabela 7: Medidas masculinas: corpo normal .....	53
Tabela 8: Medidas canina .....	54
Tabela 9: Ficha técnica vestido jeans feminino .....	98
Tabela 10: Ficha técnica vestido jeans fêmea.....	101
Tabela 11: Ficha técnica casaco bicolor feminino .....	104
Tabela 12: Ficha técnica casaco bicolor macho.....	107
Tabela 13: Ficha técnica colete camuflado masculino .....	110
Tabela 14: Ficha técnica colete camuflado fêmea .....	113
Tabela 15: Preço de venda das peças .....	119

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Divisão de gêneros da população da amostra.....	26
Gráfico 2: Faixa etária da população da amostra.....	26
Gráfico 3: Idade dos participantes da pesquisa da MindMiners .....	27
Gráfico 4: Renda mensal da população da amostra .....	27
Gráfico 5: Região onde moram a população da amostra .....	28
Gráfico 6: Quantidade de cães por pessoa .....	28
Gráfico 7: Quantidade de cães por pessoas da pesquisa da MindMiners.....	29
Gráfico 8: Quantidade de pessoas que vestem ou não o seu cão .....	30
Gráfico 9: Aceitação e rejeição do conceito tal dono, tal cão .....	30
Gráfico 10: Divisão de Gênero da amostra .....	31
Gráfico 11: Quem veste mais o cão, o homem ou a mulher.....	32
Gráfico 12: Distribuição do público-alvo por Estados .....	35
Gráfico 13: Quantidade de cães por porte .....	38
Gráfico 14: Quantidade de cães de raça e SRD .....	38
Gráfico 15: Significado do cão para o dono .....	39
Gráfico 16: Pesquisa da MindMiners.....	39
Gráfico 17: Serviços que o público-alvo fornece aos cães.....	41
Gráfico 18: Pesquisa da MindMiners.....	41
Gráfico 19: Mimos que o público-alvo oferece aos cães .....	42
Gráfico 20: Motivos que levam a população-alvo vestir o cão .....	43
Gráfico 21: Dificuldades ao comprar roupa para o cão .....	44
Gráfico 22: Dificuldades ao vestir o cão .....	44
Gráfico 23: Dificuldades ao vestir por porte de cachorro.....	45
Gráfico 24: Imagens usadas na pesquisa de campo.....	47

## **LISTA DE SIGLAS**

ABINPET: Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação

CBKC: Confederação Brasileira de Cinofilia

FATEC: Faculdade de Tecnologia de Americana

FCI: Federação Cinológica Internacional

ONG: Organização Não Governamental

SRD: sem raça definida

SENAI: Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1 A ORIGEM DOS CÃES.....	11
1.1 Domesticação.....	11
1.2 Raças .....	11
1.3 Mais que amigos. É um membro da família .....	19
2 MERCADO PET.....	21
3 PESQUISA DE CAMPO: PROBLEMÁTICA E OBJETIVOS .....	23
3.1 Questões específicas da pesquisa.....	23
3.2 Fontes primárias e secundárias .....	24
3.3 Metodologia da pesquisa de campo.....	24
3.4 Análise da amostra.....	25
3.5 Critérios para definir o público-alvo .....	29
3.6 Delimitação do público-alvo pela marca Farejamor.....	34
3.7 Análise dos hábitos do público-alvo .....	37
3.8 Público não selecionado.....	47
3.9 Conclusão da pesquisa de campo .....	48
4 APRESENTAÇÃO DA MARCA FAREJAMOR.....	49
5 APRESENTAÇÃO DO SITE .....	55
6 COLEÇÃO .....	61
6.1 Peças que compõem a coleção .....	64
7 PEÇAS CONFECCIONADAS .....	97
7.1 Fichas técnicas.....	97
7.2 Fotos das peças confeccionadas .....	116
7.3 Formação do preço de venda.....	119
CONCLUSÃO .....	120
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	121

APÊNDICES.....	124
APÊNDICE A – Pesquisa de campo .....	124
APÊNDICE B – Tabulação da pesquisa de campo.....	125
APÊNDICE C – Entrevista com a Adriana Lion Botelho.....	148
APÊNDICE D – Entrevista com o Cesmar Stokeviciene Moura.....	153
APÊNDICE E – Entrevista com a Elise Fernandes Ortega .....	157
APÊNDICE F – Entrevista com Renato de Moraes Sarmento .....	163

## INTRODUÇÃO

O início da domesticação dos cães teve como principal motivação a conveniência da caça compartilhada, entre homem e animal, pois facilitava a busca pelas presas. Essa parceria evoluiu, e hoje, além de serem classificados como cachorros domésticos, são considerados como membros da família, promovendo a migração desses animais, de fora para dentro de casa.

Em razão de que os cães passaram a serem vistos como uma miniatura de seus tutores, as pessoas encontram-se mais exigentes com a estética de seus bichos, descobrindo técnicas e produtos para cuidar da beleza, sendo uma delas a preocupação com a vestimenta.

Pensando nisso, a marca Farejamor foi criada para apresentar uma nova visão sobre o relacionamento entre eles, inspirada pelo conceito “tal dono, tal cão”, cujas roupas para ambos são combinadas a partir de cores, estampas ou modelos.

Com base nas tendências de inverno 2019, foi elaborado o projeto de coleção “Aconchego” da marca Farejamor, onde envolve uma série de planejamentos e etapas, para alcançar o desenvolvimento efetivo das peças a serem oferecidas ao mercado.



## 1 A ORIGEM DOS CÃES

Para a elaboração do projeto de coleção foi realizado um estudo das raças e tamanhos dos cães, justificando o motivo da tabela de medidas utilizada não seguir um padrão.

### 1.1 *Domesticação*

Os cães foram os primeiros animais a serem domesticados pelos homens e o período do início deste processo é incerto, pois foi de forma paulatina e não aconteceu em um único lugar. Pesquisas recentes encontraram fósseis com características muito próximas aos atuais cães, com aproximadamente 18.800 a 32.100 anos. No Oriente Médio ou na China, os registros mais antigos são de 13.000 anos (Veja, 2016).

Ao longo do processo de domesticação, os lobos eram atraídos por carcaças deixadas por humanos caçadores e de hábitos nômades, e os ascendentes caninos que tinham comportamentos mais dóceis, recebiam maior quantidade de comida e geravam mais descendentes, ajudando assim os homens nas caçadas e os protegendo de outros predadores (Marton, 2012). Com a seleção destes lobos mais dóceis, iniciou os processos de mudanças físicas e de pedomorfose, ou seja, as características mais juvenis como estatura menor, mudanças nas estruturas nasais e cranianas e diminuições dos dentes foram transmitidas para as gerações posteriores tornando-os animais inteiramente dependentes do homem. Isso justifica também a puberdade precoce nos cães comparado a dos lobos, e as diferenças físicas entre eles. (Grandjean, Vaissare, Vaissare, 2001)

Outro fator que contribuiu para a domesticação destes cães lobos foi seu instinto de matilha, caracterizado por obediência e submissão à hierarquia (Fogle, 2009).

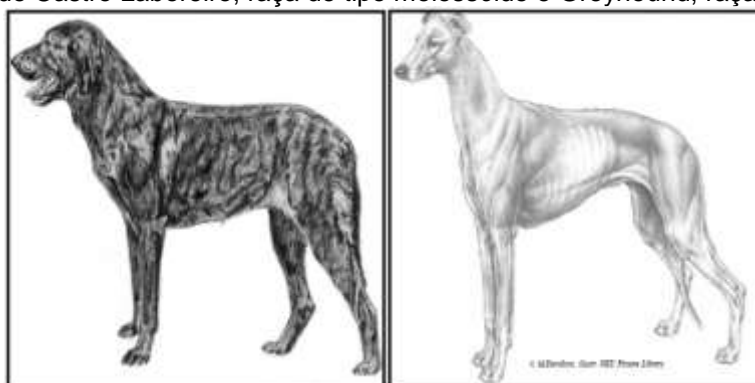
### 1.2 *Raças*

Raça, por definição, são grupos de cães que possuem características comuns e uniformes quanto ao tamanho e à aparência (Fogle, 2009).

As variações atuais de cães domésticos originam-se de uma mesma espécie, o *Canis lupus familiaris*, que após muitas gerações, tiveram suas características modificadas entre si como parte da migração, pelo clima e pelo convívio com os humanos que interveio nos cruzamentos (Eler, 2017).

Há 7 mil anos atrás, com o desenvolvimento da agricultura e a formação das primeiras cidades, houve um aumento significativo da população canina, foi quando os humanos passaram a escolher o cão conforme suas necessidades no trabalho como na caça, para o pastorear das ovelhas e na proteção, defendendo-os de grupos inimigos na guerra. Na Mesopotâmia, por exemplo, os cães do tipo molossóides, que possui cabeça larga e corpo maciço, tinham como função proteger rebanhos contra os predadores, enquanto nas regiões desérticas, os cães do tipo galgos, que são pernaltos, esguios e rápidos, auxiliavam os homens na caça. Isso tudo fez com que alguns cães se adaptassem de forma mais veloz para sobreviverem (Gradjean, Vaissare e Vaissare, 2001).

Figura 1: Cão de Castro Laboreiro, raça de tipo molossóide e Greyhound, raça tipo galgo.



Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

Durante a Revolução Industrial (século XVIII), houve migração em massa de pessoas da zona rural para zona urbana, e os cães, que tinham apenas o trabalho como função, passaram a ser avaliados pelo aspecto físico e, assim como no início da domesticação canina, os cachorros mais dóceis e adaptáveis à nova atmosfera obtiveram êxito, passando a usufruir de convívio mais próximo e amigável com os humanos.

Na Inglaterra, em 1830, foi registrado o primeiro concurso de beleza canina, com prêmios que eram divididos por raças, estimulando a criação de novas por meio

da reprodução seletiva, ou seja, cruzamento entre cães para ressaltar características que mais interessavam, passando a ser um sinal de status ter um cachorro singular.

Estima-se que no início de 1800 havia aproximadamente 20 raças de cães, passando para o número de 40 raças nos anos de 1873 e de 70 raças na Primeira Guerra Mundial (1914 – 1918). Hoje há cerca de 400 raças, segundo a Federação Cinológica Internacional (FCI), organização que estuda e regulariza as raças de cães (Sahd, 2015).

A FCI classifica os cães em 10 grupos, compostos de animais que tem determinado número de características iguais entre si e distinguem-se dos outros da mesma espécie, seguindo o que é padrão individual de cada raça, que servem como referência para análise de comportamento e característica morfológica, estabelecido pela organização, para atestar a genealogia de um animal de raça, o *pedigree*.

O grupo 1 é dos cães pastoreiros e de boiadeiros, exceto os boiadeiros suíços. Alguns cães pastores surgiram no fim da década de 1800, nas fronteiras da Bélgica, Holanda e da Alemanha. A maioria das raças deste grupo são consideradas de porte médio, ou seja, são animais que pesam entre 10 a 25 quilos, ideais para conduzir gado, e de porte grande, que podem ter de 25 a 45 quilos, que são ótimos em proteger o rebanho contra predadores. Um representante deste grupo é o Border Collie (figura 2).

Figura 2: Border Collie, raça pertencente do grupo 1



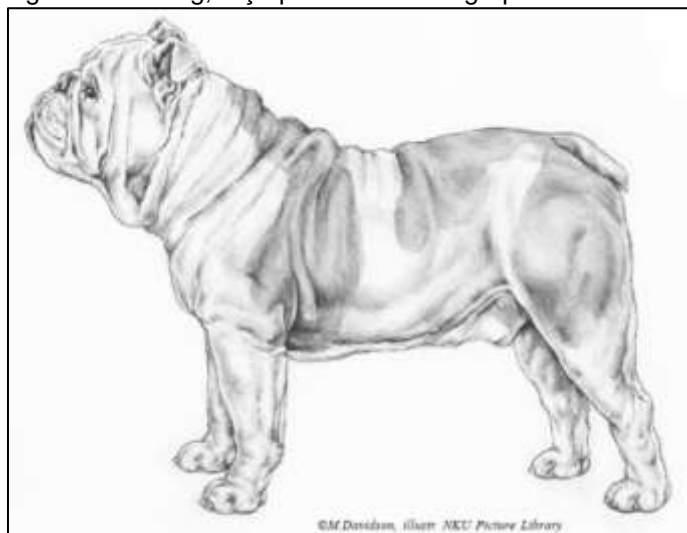
Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

O grupo 2 é formado pelos cães de tipo Pinscher e Schnauzer, Molossóides e os cães de boiadeiros suíços.

Os cães Pinscher têm porte considerado pequeno, pesando menos de 10 quilos, com corpo e dorso compactos, e pelos curtos. Os Schnauzer variam o porte entre grande e pequeno, com peito relativamente largo e ventre moderadamente retraído.

Os Molossoídes têm cabeça compacta e redonda, região frontal e nasal saliente, focinho curto, orelhas pendentes, estrutura do corpo baixa e larga, compacto, pele solta e ossatura forte. Um dos mais populares são os Bulldog (figura 3).

Figura 3: Bulldog, raça pertencente do grupo 2



Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

Os Terriers são componentes do grupo 3. São de origem de cruzamentos seletivos principalmente para caçar a raposas, mas seu temperamento faz com que ele seja utilizado também como cão de companhia. Os cães que são classificados neste grupo têm o porte pequeno como os Yorkshire Terrier (figura 4).

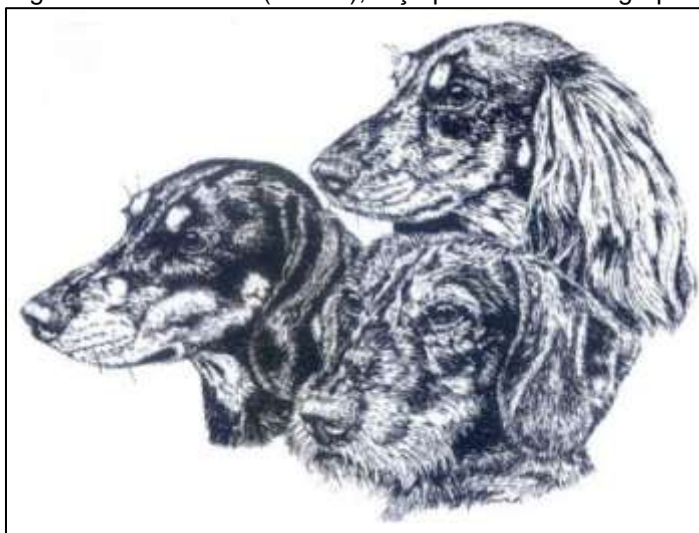
Figura 4: Yorkshire Terrier, raça pertencente do grupo 3



Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

O grupo 4 é formado pelos Dachshunds (figura 5). Este ocupa o grupo sozinho, e o nome em alemão tem significado de cão para caça ao texugo (animal de pernas curtas, pelagem castanha ou negra, pertencentes da mesma família como os furões e lontras). As características físicas mais peculiares dos Dachshunds, ou também conhecidos como Teckel, são os dorsos longos e pernas curtas.

Figura 5: Dachshund (Teckel), raça pertencente do grupo 4



Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

O grupo 5 é constituído por cães do tipo Spitz e do tipo primitivos, ou seja, são espécies que assemelham-se aos ascendentes lobos. Spitz são de origem das

regiões árticas e os tipos primitivos são de origem nórdica. A maioria dos cães deste grupo são de porte médio. Um representante deste grupo é o Chow-chow (figura 6).

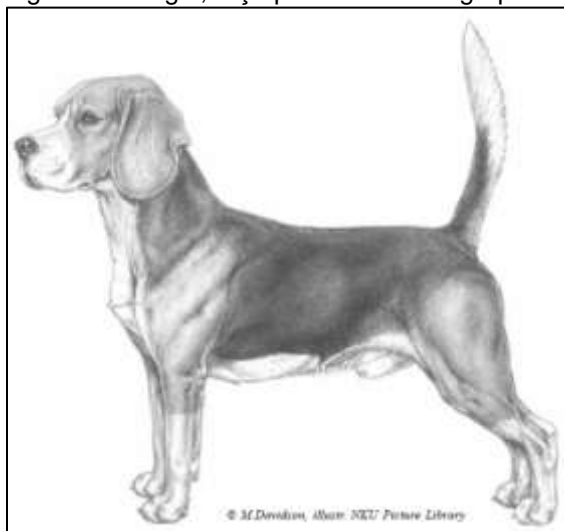
Figura 6: Chow Chow, raça pertencente do grupo 5



Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

Do grupo 6 são os sabujos e rastreadores. São cães que possuem faro bastante apurado, essencial para a caça. Em sua maioria, os cães deste grupo têm o porte médio. O Beagle faz parte desta classe (figura 7).

Figura 7: Beagle, raça pertencente do grupo 6

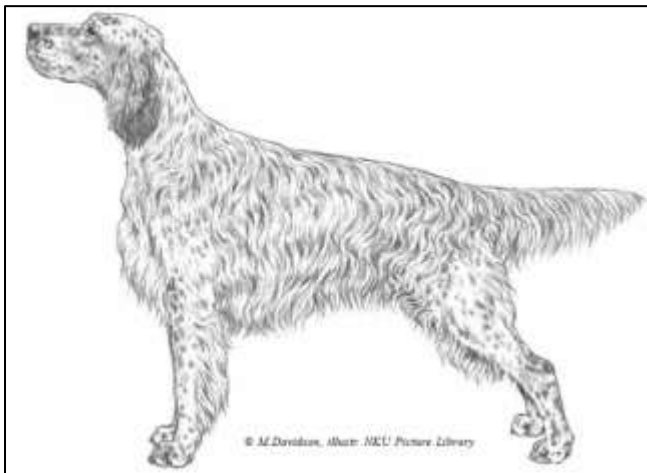


Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

Os cães de aponte são categorizados no grupo 7. São classificados aqueles que têm o comportamento de se imobilizar com a presença da caça. Os portes dos

cães deste grupo variam entre médio e grande. Uma raça exemplo deste grupo é o Setter Inglês (English Setter) conforme a figura 8.

Figura 8: Setter Inglês (English Setter), raça pertencente do grupo 7



Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

No grupo 8 estão os cães recolhedores de caça, levantadores e os cães d'água. A denominação cães d'água é dada pela habilidade de caçar em pântanos, e recolhedores como o próprio nome diz, recolhem as caças. O Labrador Retriever é uma das raças pertencentes a este grupo (Figura 9).

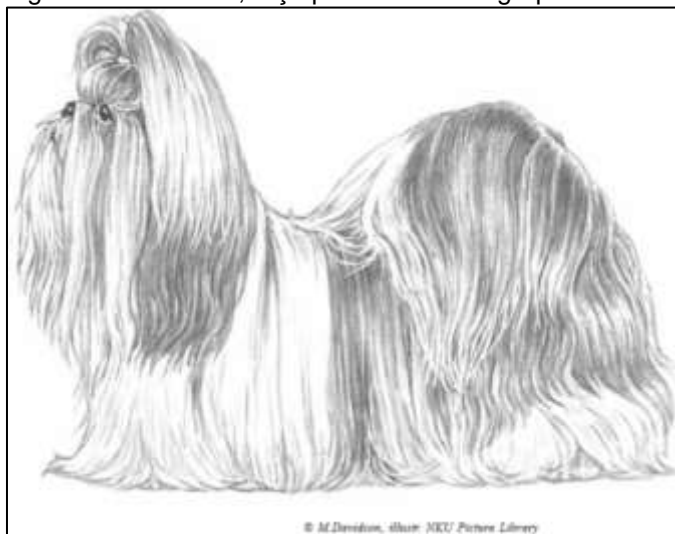
Figura 9: Labrador Retriever, raça pertencente do grupo 8



Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

No grupo 9 estão os cães de companhia. As raças deste grupo são predominantes de portes pequenos. O cachorro de raça Shih Tzu (figura 10) está entre aqueles que pertencem a esta classe.

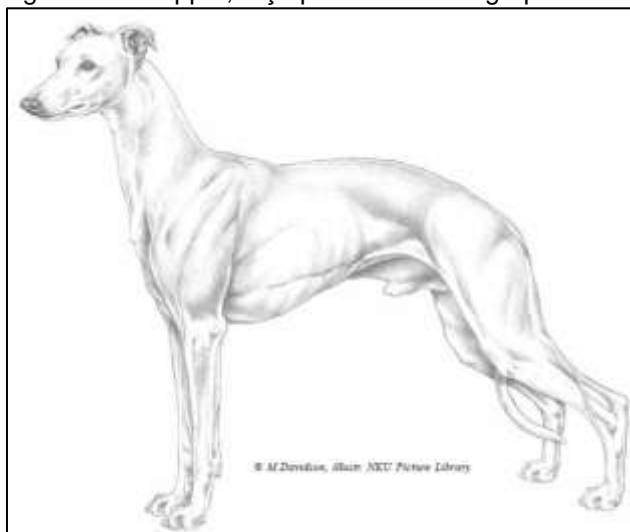
Figura 10: Shih Tzu, raça pertencente do grupo 9



Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

No grupo 10 estão os cães galgos e lebreiros. As características físicas dos cães deste grupo é serem pernaltos e esguios, mas pela classificação conforme o peso, são identificados como grande porte. Os cães da raça Whippet (figura 11) pertencem a este grupo.

Figura 11: Whippet, raça pertencente do grupo 10



Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

Há raças que não foram validadas pela FCI, pois estas são recém-formadas e são variações de outras raças existentes há mais tempo. Uma delas é o Toy Fox Terrier (figura 12) que é um animal inteligente e corajoso como o Terrier e de estatura pequena como o Toy.



Figura 12: Toy Fox Terrier, raça não reconhecida pelo FCI



Fonte: Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC)

Os vira-latas são resultados de cruzamentos casuais e em aspectos gerais são diversificados no porte e na personalidade. Segundo o autor Fogle (2009), há variações de aparências de um país para o outro, por exemplo, nos Estados Unidos os vira-latas têm características físicas semelhantes aos cães de caça, já no Japão os de raça não definida são idênticos aos Shibas, cães conhecidos por terem bochechas bem desenvolvidas e olhos relativamente pequenos.

### 1.3 *Mais que amigos. É um membro da família*

“Quando estamos com nossos cães, não há espaço para a solidão de espírito.” (Ditado inuíte da ilha de Baffin)

Em uma pesquisa realizada pelas autoras deste presente trabalho, com 1137 voluntários tutores de cães, na questão que mediu a representatividade afetiva entre eles, 85% (969 respostas) indicaram que o cachorro é considerado um membro da família.

Estudos realizados pela universidade de Azabu (Japão) demonstraram altos níveis do hormônio ocitocina (hormônio do amor) medidos após os tutores e seus respectivos cães brincarem por 30 minutos. Já em lobos alimentados por seus criadores, os resultados para este mesmo hormônio foram negativos, isso justifica biologicamente a afeição que existe entre os homens e os cachorros. O contato com

cães também libera outros hormônios como o B-endorfina, prolactina e dopamina que dão efeitos relaxantes e tranquilizadores (Sahd, 2015).

Para a cultura ocidental, o cão é um símbolo de valores familiares, personalização da juventude e inocência, proporcionando companheirismo e amor incondicional, resultando muitas vezes na transferência para os *pets* o amor e o cuidado que poderia ter com os filhos (Fogle, 2009).

## 2 MERCADO PET

De acordo com dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet), o mercado *pet* brasileiro foi responsável por um faturamento de cerca de R\$20,3 bilhões em 2017, com crescimento real de 4,95% em relação ao ano anterior. O Brasil está em quarto lugar no mundo referente a população total de animais de estimação, sendo aproximadamente 52,2 milhões de cachorros em todo país, estabelecendo grande oportunidade de investimento em diversas áreas destinadas aos cães, desde rações e brinquedos a hotéis e creches.

Não existe crise econômica para a indústria canina. A grande variedade de produtos e serviços, faz com que este seja um dos segmentos que mais crescem no país e também no mundo. Tutoros não ponderam no momento de investir no tratamento e na melhoria da qualidade de vida de seus animais.

Essa evolução é esclarecida pela mudança do comportamento humano. Com o passar dos anos, muitas famílias brasileiras estão optando por adotar um cão ao em vez de terem filhos.

Para a professora aposentada da Unesp, Marilene Krom, doutora em psicologia clínica pela PUC-SP e psicoterapeuta individual e familiar, citada por Alexandre Domingues (2009), “No momento histórico de liberdade de pensamento e possibilidade de escolha de projetos de vida, o não ter filhos pode ser considerado uma alteração neste padrão de comportamento de realização pessoal”. Adotar um cão antes do primeiro filho pode ser justificado como sendo o primeiro experimento para explorar a ideia da maternidade e/ou paternidade. Essa escolha pode originar-se por motivos como o medo da instabilidade financeira, da falta de liberdade e da disposição para cuidar de uma criança.

Por consequência, os cachorros estão cada vez mais migrando do quintal para dentro de casa e recebendo um tratamento mais humanizado, sendo tratados como membros da família. Segundo a entrevista realizada com a Adriana Lion Botelho, proprietária da marca DoGato (Apêndice C)

“Hoje as pessoas não estão tendo filhos mais, então toda aquela carência afetiva da casa cheia de irmãos, de filhos, a gente acaba transferindo essa carência afetiva para o animal. Então todo o dinheiro que você teria planejado para gastar com uma criança acaba transferindo para o animal [...]”.

Isso significa uma oportunidade para maior exploração nesse segmento que envolve alimentação, cuidados, lazer, vestimentas, entre outros. Através de criatividade e inovação, empresários estão expandindo e buscando novidades para atender esse nicho que tem muito potencial para continuar crescendo.

### 3 PESQUISA DE CAMPO: PROBLEMÁTICA E OBJETIVOS

Segundo Mattar, citado por Sarquis (2003, p.188) “Um problema de pesquisa consiste numa indagação baseada num fato-problema que se deseja resolver e que possa ser solucionado a partir da contribuição de uma pesquisa [...]”.

Baseado nesta definição, a problemática desta pesquisa consiste em sanar o seguinte questionamento: existe público consumidor propenso a adquirir bens de vestuário, seguindo a tendência tal dono, tal cão, que justifique a elaboração de uma coleção de moda?

Para nortear este estudo, foram estabelecidos os objetivos principais e secundários, detalhados a seguir:

Objetivo principal: identificar as características do público-alvo, como o gênero, região onde moram, faixa etária e faixa salarial.

Objetivos secundários: a) identificar os motivos que levam o dono a vestir seu cão; b) definir em que datas costumam vesti-lo; c) medir o grau de relacionamento entre o dono e o cão; d) avaliar a aceitação do público-alvo em relação ao conceito de moda proposto pela marca Farejamor.

#### 3.1 *Questões específicas da pesquisa*

O questionário foi elaborado com base nas indagações sobre o relacionamento entre o dono e seu cão, como também seus hábitos de consumo relacionado ao seu *pet*. A pesquisa conta com sete questões específicas: a) O que seu cão mais representa para você? b) Quais cuidados você oferece ao seu *pet*? c) Você costuma mimar seu cão com: d) Você costuma vestir seu cão? Por quais motivos? e) Ao comprar roupas para seu cão, você já encontrou alguma dificuldade? f) Você já encontrou alguma dificuldade ao vestir seu cão em relação ao tamanho ideal da roupa? e g) Observe as imagens a seguir e responda: qual sua opinião sobre o cão estar combinando com o dono? O questionário completo encontra-se no Apêndice A.

### 3.2 Fontes primárias e secundárias

As fontes de dados indicam as entidades e materiais que contêm as informações necessárias para a realização desta pesquisa. Elas estão divididas em fontes primárias e fontes secundárias.

As fontes primárias são todos os participantes da pesquisa, tutores de cães, residentes no Brasil.

As fontes secundárias são órgãos, entidades, literaturas e profissionais da área *pet*, que de alguma forma forneceram dados, materiais e informações que auxiliaram na complementação deste estudo. São eles: Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet), empresa de tecnologia especializada em pesquisa digital (MindMiners), médico veterinário Renato de Moraes Sarmiento, médico veterinário Cesmar Stokeviciene Moura, empresária do ramo de roupas para *pet* Adriana Lion Botelho e a empresária do ramo de roupas para cães Elise Fernandes Ortega.

### 3.3 Metodologia da pesquisa de campo

Para a obtenção dos dados primários, realizou-se uma pesquisa do tipo descritiva, estruturada por questionário.

Para a aplicação do questionário foram utilizados dois tipos de ferramentas, a primeira foi a plataforma digital do Google Formulário e a segunda foi a pesquisa impressa, aplicada de forma pessoal e individualizada. A população deste estudo é caracterizada como população infinita.

O questionário *on-line* ficou disponível ao público no período de 27 de maio de 2018 até 03 de setembro de 2018, totalizando cem (100) dias de coleta de dados. Todos os questionários impressos coletados foram posteriormente incluídos na plataforma digital, para que ao final da pesquisa todas as respostas pudessem ser tabuladas e contabilizadas uniformemente.

Foram selecionados locais específicos para aplicar a pesquisa, de forma a potencializar a coleta de dados através da concentração de pessoas com o perfil da amostra. A pesquisa *on-line* foi enviada para todos os contatos das pesquisadoras via e-mail, Twitter e WhatsApp, também foi massivamente divulgada em grupos de tutores de cães e em Organizações Não Governamentais (ONG) do Facebook. A

pesquisa impressa foi aplicada em locais físicos, como na Faculdade de Tecnologia de Americana (FATEC) e na Feira Pet que aconteceu em julho de 2018 no Centro de Cultura e Lazer de Americana – SP. Ao aplicar o questionário impresso na Feira Pet, foram abordadas famílias com cachorros, e somente um dos indivíduos respondeu a pesquisa, tendo prioridade aquele que se intitulava tutor do cão. Da mesma forma ocorreu na FATEC, onde somente tutores de cães participaram.

Todos os questionários coletados foram verificados e aqueles que continham respostas controversas, foram excluídos, com o objetivo de controlar o padrão de qualidade e evitar que o resultado da análise fosse desvirtuado. Considerou-se controverso, a incompatibilidade da quantidade de cães entre as respostas 5 e 7 do questionário. Todos os dados foram tabulados, utilizando como *software* o Excel.

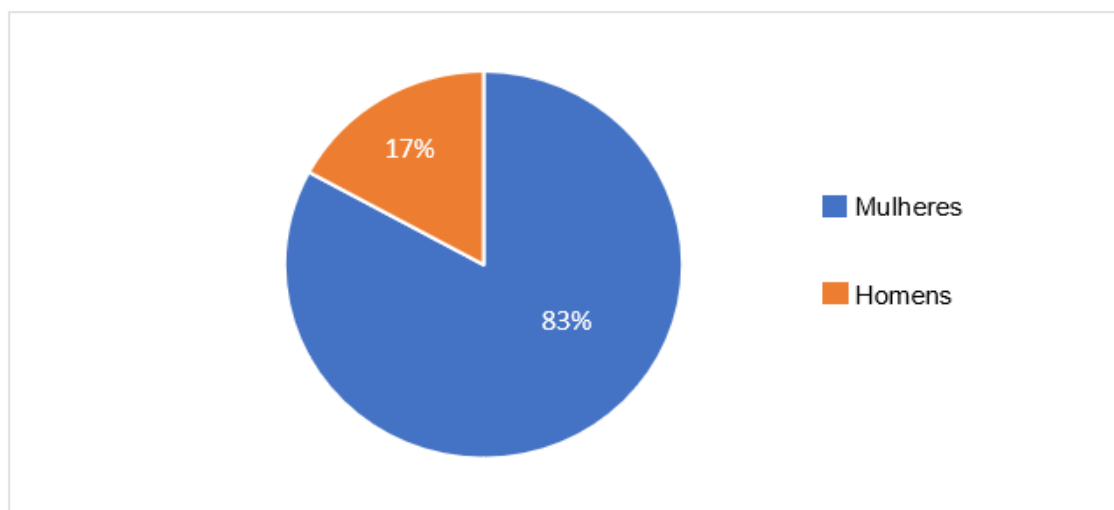
No final da pesquisa foram obtidos 1215 questionários, dentre os quais 78 foram excluídos seguindo o critério acima descrito. Obteve-se um aproveitamento de 1137 questionários válidos, que serão o motivo da análise a seguir. Essa pesquisa conta com uma margem de erro de 3% considerando uma população infinita.

### 3.4 *Análise da amostra*

A amostra deste estudo é caracterizada como amostra intencional, ou seja, os indivíduos que a compõem não foram aleatórios. Foi necessário delimitar a população-alvo (universo) desta pesquisa através de filtros, e a partir deles o questionário foi aplicado. Os filtros utilizados foram: os indivíduos tinham que residir no Brasil e serem tutores de cão.

Através da análise dos 1137 questionários válidos, obteve-se o perfil da amostra exposto no gráfico 1, onde a maioria foram mulheres, com 83% de participação, e a minoria foram homens, com 17% de participação.

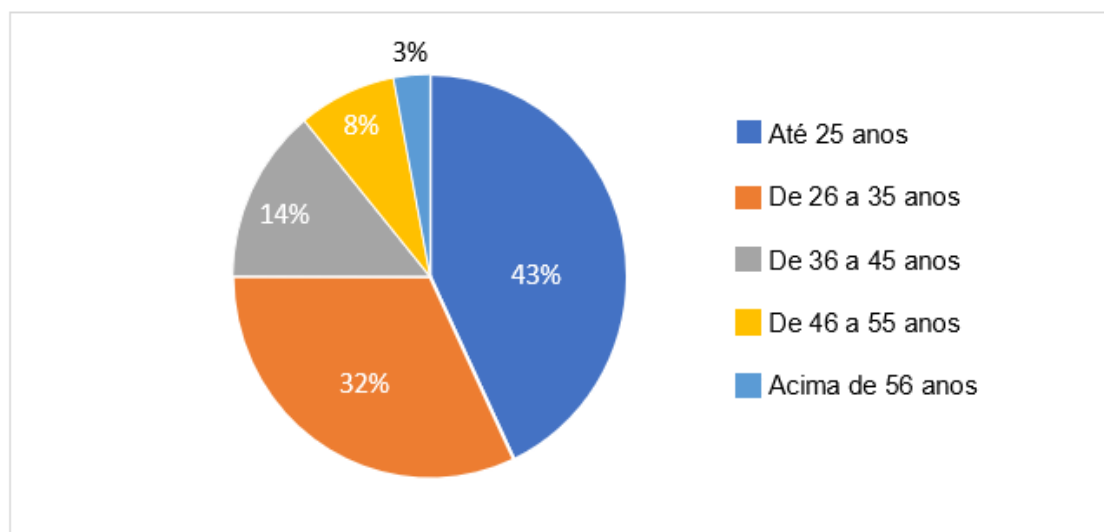
Gráfico 1: Divisão de gêneros da população da amostra



Fonte: Arquivo do autor

O gráfico 2 expõe como está dividida a faixa etária da população. Sendo que 75% dos participantes tem até 35 anos, e apenas 3% dos participantes tem acima de 56 anos. Acredita-se que a baixa participação das pessoas com mais de 56 anos, se explica pelo fato da maior parte da pesquisa ter sido aplicada *on-line*. Portanto, esse dado não determina que a população mais idosa tenha menos cães em relação as outras idades.

Gráfico 2: Faixa etária da população da amostra

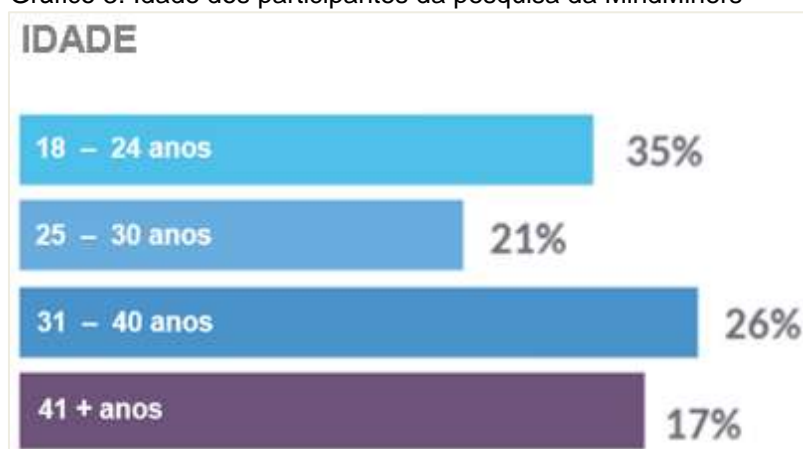


Fonte: Arquivo do autor



Tendo um objetivo em comum com este estudo, de pesquisar o mercado *pet* e os hábitos dos tutores consumidores, a MindMiners, empresa de tecnologia especializada em pesquisa digital, realizou uma pesquisa em maio de 2018, obtendo uma amostragem de 500 respondentes de todas as regiões do Brasil. Seu estudo revelou que a quantidade de participantes por faixa etária se assemelha à deste estudo, como mostra o gráfico 3, fortalecendo a concepção de que pessoas idosas são a minoria no mundo virtual.

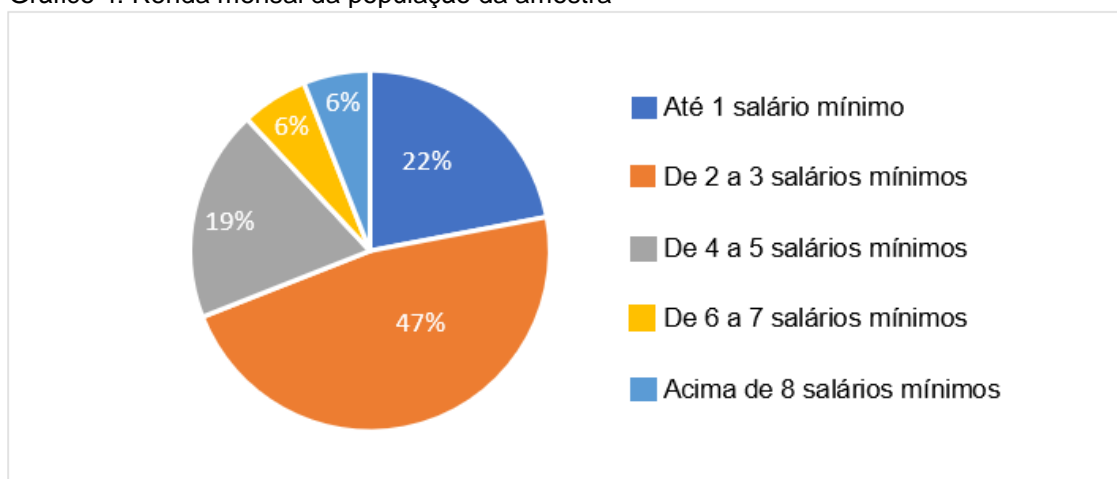
Gráfico 3: Idade dos participantes da pesquisa da MindMiners



Fonte: MindMiners

O gráfico 4 mostra a renda mensal dos respondentes, revelando que 47% das pessoas recebem entre 2 a 3 salários mínimos, enquanto que 12% delas recebem acima de 6 salários mínimos. O salário mínimo considerado na pesquisa foi o valor vigente a partir de janeiro de 2018.

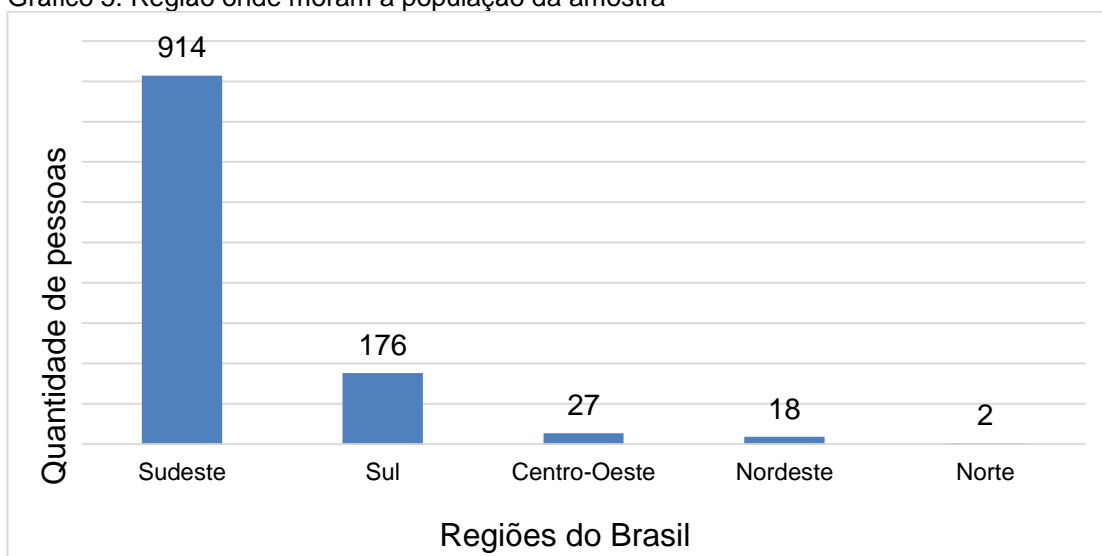
Gráfico 4: Renda mensal da população da amostra



Fonte: Arquivo do autor

O gráfico 5 mostra a quantidade de participantes por regiões do Brasil. Nota-se que a grande maioria de respostas vieram do Sudeste, totalizando 80% da amostra, enquanto que na região do Norte obteve-se baixíssima representatividade, de apenas 0,2%.

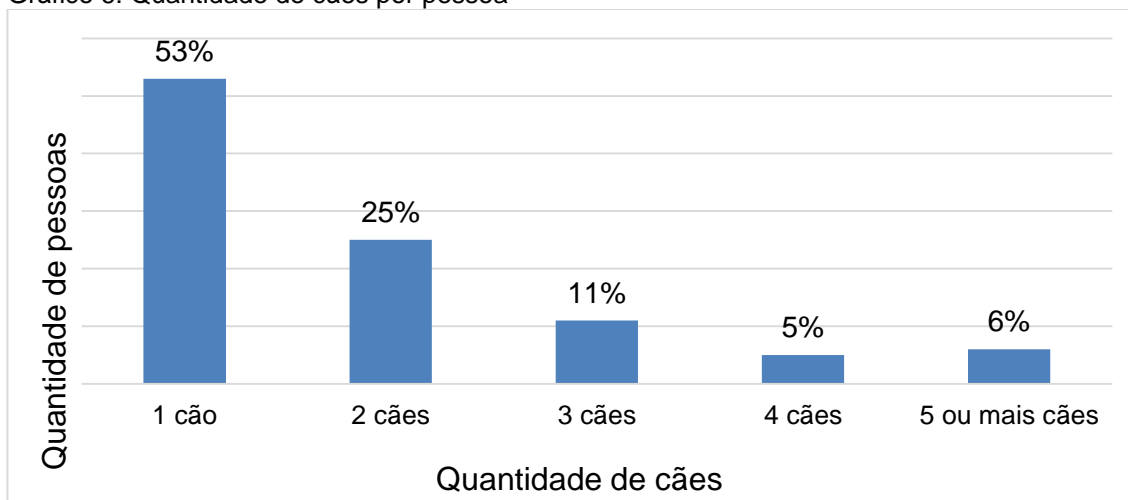
Gráfico 5: Região onde moram a população da amostra



Fonte: Arquivo do autor

O gráfico 6 mostra a quantidade de cachorros por pessoa. Nota-se que 53% da população opta por ter apenas um cachorro. Em contrapartida, 6% da população tem condições de manter cinco ou mais cães em seus lares.

Gráfico 6: Quantidade de cães por pessoa



Fonte: Arquivo do autor

O gráfico 7 mostra a quantidade de cães por pessoas da pesquisa realizada pela MindMiners, e a similaridade entre os dois estudos realizados é bastante significativa, confirmando que a grande maioria da população tem apenas um cachorro.

Gráfico 7: Quantidade de cães por pessoas da pesquisa da MindMiners



Fonte: MindMiners

Até este momento, os estudos foram baseados na população total da amostra, ou seja, foram considerados todos os 1137 participantes, para que o leitor tomasse conhecimento do perfil da amostra. As análises a seguir irão filtrar essa população, usando critérios pré-estabelecidos, com o objetivo de atingir o público-alvo da marca Farejador

### 3.5 Critérios para definir o público-alvo

Para definir o público-alvo da marca Farejador, foram estabelecidos dois critérios:

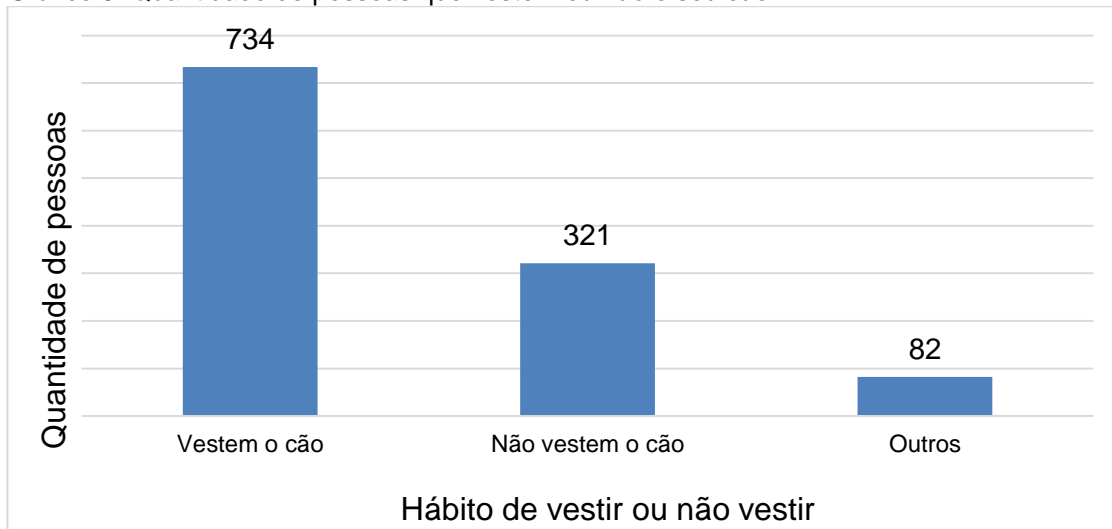
Critério 1: o indivíduo deve ter o hábito de vestir seu cão, independente da quantidade de vezes que o tenha feito ou por quais motivos.

Critério 2: além de vestir seu cão, o indivíduo deve apresentar empatia com o conceito de moda tal dono, tal cão, proposto pela marca Farejador.

A princípio, buscou-se identificar entre os 1137 entrevistados, quantos deles vestem o cão, e conforme mostra o gráfico 8, constatou-se que 734 pessoas têm esse hábito, ou seja, 65% do total de participantes da pesquisa. Enquanto 321 pessoas, cerca de 28% da população, nunca vestiram seus cães, ficando assim, fora

do objetivo deste estudo. Cerca de 7% dos respondentes (82 pessoas) não se enquadraram no critério dessa avaliação.

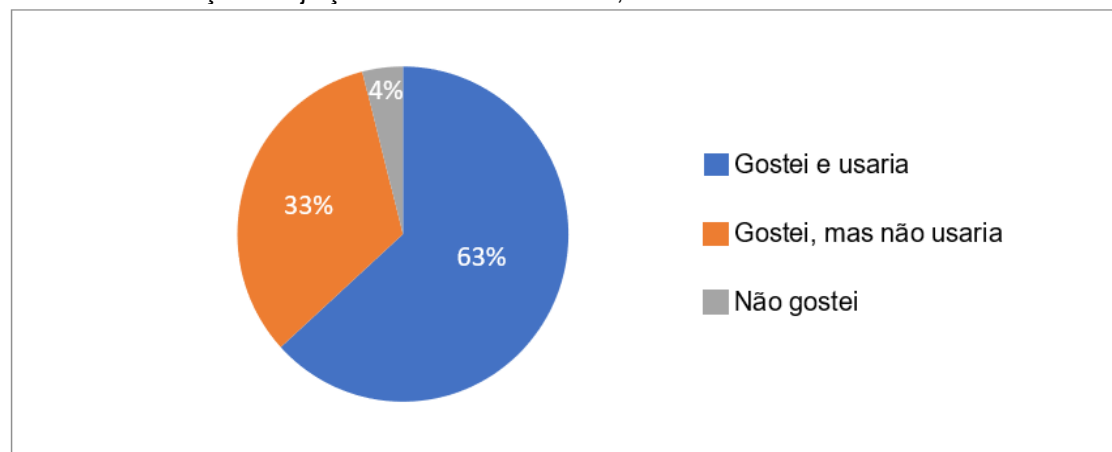
Gráfico 8: Quantidade de pessoas que vestem ou não o seu cão



Fonte: Arquivo do autor

Num segundo momento, buscou-se por aquelas pessoas que simpatizaram com a proposta da marca. O gráfico 9 mostra apenas aqueles que costumam vestir seus cães (734 pessoas), divididos entre quem se identificou e quem não se identificou com o conceito tal dono, tal cão. A análise revelou que somente 4% dos indivíduos não se identificaram com o conceito proposto, enquanto 96% dos respondentes gostaram da ideia, deixando explícito que a aceitação da tendência foi bem alta e satisfatória.

Gráfico 9: Aceitação e rejeição do conceito tal dono, tal cão

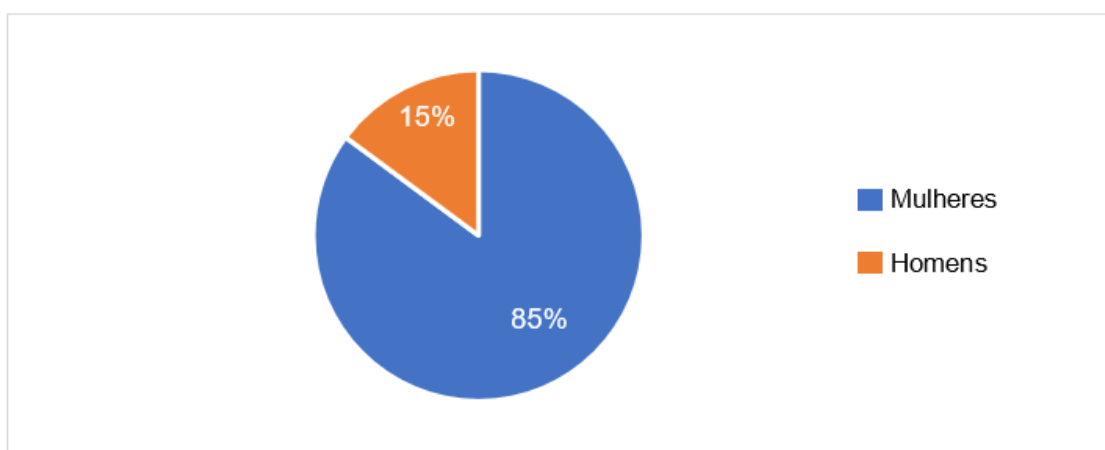


Fonte: Arquivo do autor

Para atender aos critérios 1 e 2 pré-estabelecidos para selecionar o público-alvo, das 734 pessoas que vestem o cão, foram excluídas 29 por não gostarem da tendência, chegando ao resultado de 705 indivíduos do total de 1137 participantes. Essa amostragem de 705 pessoas, representam 62% da população da pesquisa, e este dado contribuiu para constatar que existe sim um mercado pronto para o consumo de moda que a marca Farejamor está propondo.

A amostra de 705 pessoas selecionadas, representará o público estudado nas análises seguintes. O grupo é constituído por 600 mulheres (85%) e 105 homens (15%), como mostra o gráfico 10.

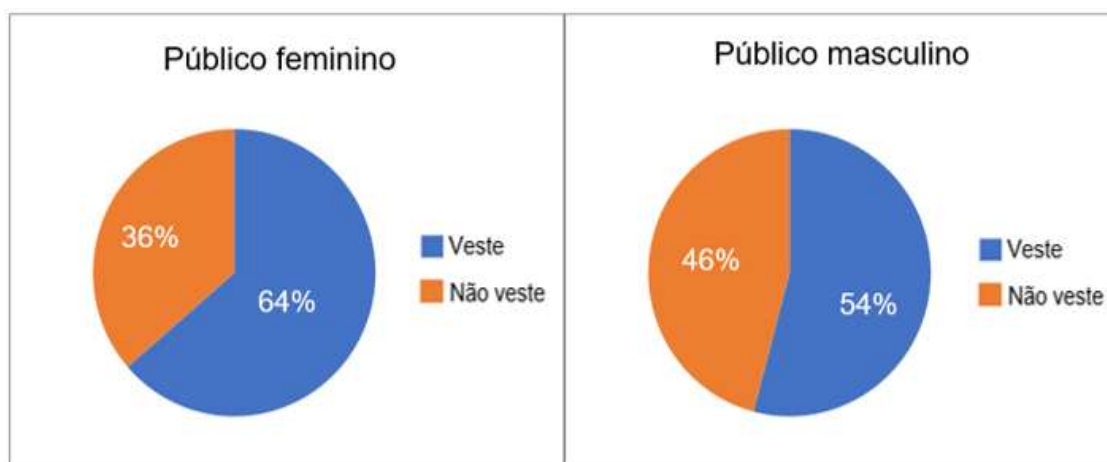
Gráfico 10: Divisão de Gênero da amostra



Fonte: Arquivo do autor

Era preciso saber, entre os gêneros, qual deles mais vestia o cão, e a análise dos dados revelou que tanto as mulheres com 64%, quanto os homens com 54%, têm o hábito de vestir seus cães. Esse dado justifica que a marca Farejamor atenda os dois públicos, o feminino e o masculino.

Gráfico 11: Quem veste mais o cão, o homem ou a mulher



Fonte: Arquivo do autor

A tabela 1 mostra como o grupo se divide em cinco faixas etárias, sendo que pessoas com mais de 56 anos foram pouco participativas, com um total de 3%, enquanto que pessoas com até 35 anos tiveram grande representatividade, com um total de 76% da pesquisa.

Tabela 1: Faixa etária da amostra

Faixa Etária	Quantidade de pessoas	(%)
Até 25 anos	307	43%
De 26 a 35 anos	230	33%
De 36 a 45 anos	99	14%
De 46 a 55 anos	49	7%
Acima de 56 anos	20	3%
Total	705	100%

Fonte: Arquivo do autor

A faixa salarial desse grupo está dividida conforme mostra a tabela 2. Observa-se que 70% dessas pessoas recebem até 3 salários mínimos, enquanto uma minoria de 11% de pessoas recebem acima de 6 salários mínimos.

Tabela 2: Faixa salarial da amostra

Faixa Salarial	Quantidade de pessoas	(%)
Até 1 salário	152	22%
2 a 3 salários	338	48%
4 a 5 salários	133	19%
6 a 7 salários	46	6%
Acima de 8 salários	36	5%
Total	705	100%

Fonte: Arquivo do autor

A tabela 3 mostra a quantidade de participantes por Estados do Brasil. Nota-se que São Paulo foi a região com o maior número de respondentes, seguido por Paraná e Santa Catarina.

Tabela 3: Quantidade de pessoas por Estado

Estados do Brasil	Quantidade de pessoas	(%)
Amazonas	2	0,28%
Bahia	1	0,14%
Ceará	4	0,56%
Distrito Federal	6	0,85%
Espirito Santo	5	0,70%
Goiás	2	0,28%
Mato Grosso do Sul	1	0,14%
Minas Gerais	7	0,99%
Paraíba	1	0,14%
Paraná	61	8,65%
Rio de Janeiro	11	1,56%
Rio Grande do Sul	9	1,27%
Santa Catarina	56	7,94%
São Paulo	538	76,31%
Sergipe	1	0,14%
Total de participantes	705	100%

Fonte: Arquivo do autor

Até este momento, as análises foram direcionadas àquelas pessoas que atendiam aos critérios 1 e 2 pré-estabelecidos, que as tornavam potenciais clientes da marca.

O estudo foi conduzido dessa forma pela necessidade de se conhecer o mercado em que a empresa irá atuar, para só então a marca se posicionar em relação ao seu público de consumidores. De acordo com esse pensamento Meadows (2010, p.71) afirma

“Você precisa saber quem são os seus clientes. Muitos designers jovens desenvolvem produtos com faixas de preços que eles mesmos não poderiam bancar; normalmente eles fazem suposições a respeito dos clientes e de seus hábitos de compra. Se você quiser desenvolver um produto que atende às necessidades e desejos de determinados tipos de pessoas, precisa saber tudo sobre elas”.

Dito isto, a partir daqui a marca Farejamor irá selecionar seu público-alvo com base nas análises acima, delimitando a faixa etária e faixa salarial de maior interesse, e as regiões demográficas onde a marca deseja atuar. Essas escolhas serão baseadas na capacidade de retorno financeiro em relação ao potencial de clientes que a amostra oferece.

### 3.6 *Delimitação do público-alvo pela marca Farejamor*

Considerando que a empresa Farejamor irá realizar somente vendas *on-line*, e que está situada na cidade de Americana, interior do Estado de São Paulo, a empresa optou por focar sua estratégia de marketing aos consumidores das regiões Sul e Sudeste do Brasil. Essa medida estratégica pretende minimizar custos e tempo de entrega das mercadorias, pela proximidade dessas regiões com a cidade sede da marca. Inicialmente essa ação visa conquistar o público mais próximo da empresa, não limitando a negociação dos produtos com outras regiões mais afastadas.

A figura 13 destaca os Estados selecionados pela marca, e são eles: Espírito Santo, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo, reduzindo a amostra de 705 para 687 pessoas.



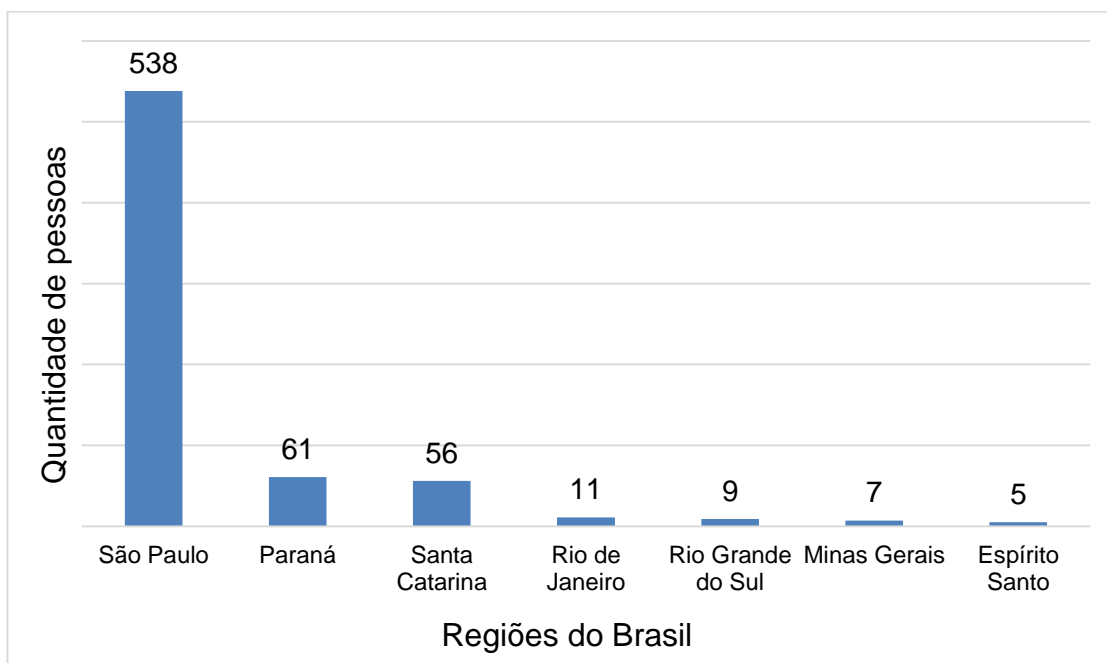
Figura 13: Concentração do público-alvo no Brasil



Fonte: Google

Como mostra o gráfico 12, o Estado de São Paulo conta com a maioria dos participantes, cerca de 78% das pessoas, enquanto os Estados do Espírito Santo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, contam com 1% de participantes cada um.

Gráfico 12: Distribuição do público-alvo por Estados



Fonte: Arquivo do autor

Nos Estados de São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, o inverno costuma ser bastante rigoroso, o que favorece a primeira coleção de inverno da marca voltada para o público canino, visto que as pessoas tendem a vestir mais o cão nessa estação do ano, de acordo com a pesquisa realizada.

Os outros Estados como Minas Gerais, Espírito Santo e Rio de Janeiro, serão o foco da marca para coleções futuras nas estações da primavera e verão.

Após a seleção demográfica do público-alvo, a amostra estudada passou a ter 687 pessoas. A próxima seleção servirá para delimitar a faixa etária na qual a marca deseja atuar.

A tabela 4 mostra os participantes com até 35 anos que representam a faixa etária da marca Farejamor e somam 76% da amostra. A delimitação da faixa etária foi feita pela quantidade de pessoas, ou seja, a porção da amostra que continha o maior número de indivíduos em relação a faixa etária, chegando à conclusão que a idade limite do público-alvo é de 18 a 35 anos. Essa seleção reduziu ainda mais a amostra estudada, saindo de 687 pessoas e chegando a 524 pessoas.

Tabela 4: Faixa etária do público-alvo

Faixa Etária	Quantidade de pessoas	(%)
Até 25 anos	302	44%
De 26 a 35 anos	222	32%
De 36 a 45 anos	98	14%
De 46 a 55 anos	47	7%
Acima de 56 anos	18	3%
Total	687	100%

Fonte: Arquivo do autor

A delimitação de renda mensal será o último filtro utilizado para determinar o público consumidor da marca. A escolha da faixa salarial foi feita da mesma maneira que a escolha da faixa etária, pela quantidade de pessoas. Lembrando que essa análise tem como base a amostra já delimitada de 524 indivíduos.

Na tabela 5, observa-se a divisão da amostra por faixas salariais, e entre todas elas a Farejamor optou por aquela com maior representatividade, que são as

peças com renda entre dois a três salários mínimos, representando 50% da amostra estudada.

Tabela 5: Faixa salarial do público-alvo

Faixa Salarial	Quantidade de pessoas	(%)
Até 1 salário mínimo	132	25%
2 a 3 salários mínimos	262	50%
4 a 5 salários mínimos	88	17%
6 a 7 salários mínimos	25	5%
Acima de 8 salários mínimos	17	3%
Total	524	100%

Fonte: Arquivo do autor

Resumindo todo o estudo até o momento, concluiu-se que entre os 1137 participantes da pesquisa, o público-alvo da marca Farejamor se concentra em 262 pessoas entre homens e mulheres, de 18 a 35 anos, com renda mensal de dois a três salários mínimos, residentes em um dos Estados: Espírito Santo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina ou São Paulo. Somados ao hábito de vestir seu cão e propensos a usar as tendências de moda que a marca lançará no mercado.

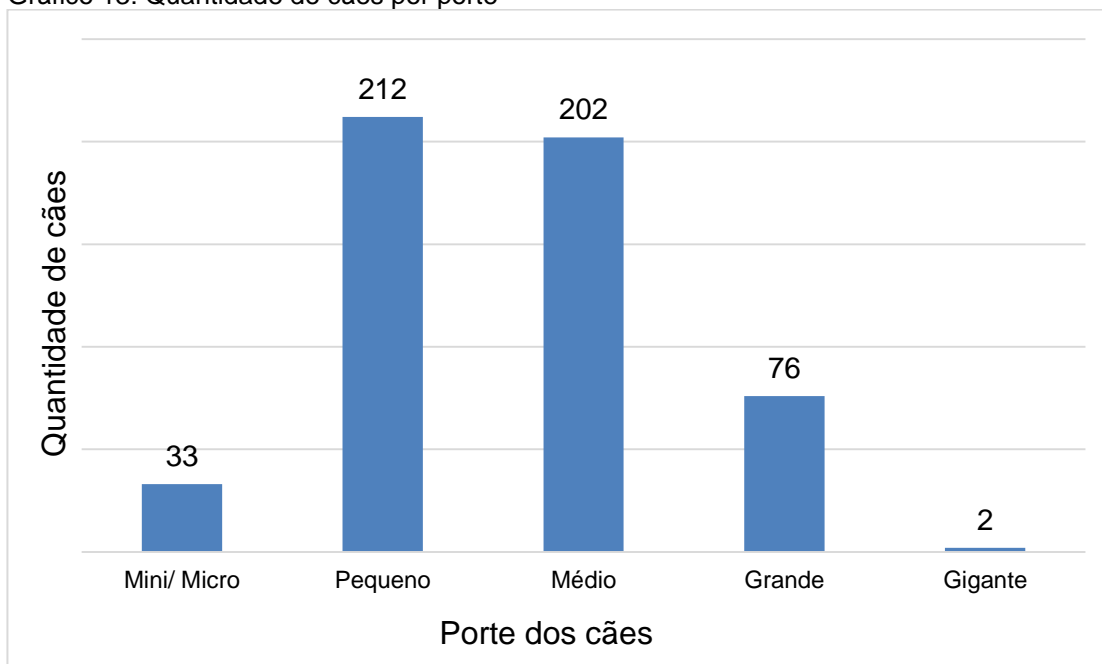
Com o perfil do público consumidor bem definido, um novo estudo será realizado a partir deste momento, tendo como objetivo conhecer os hábitos de consumo desse público.

### 3.7 Análise dos hábitos do público-alvo

Uma porção de 262 indivíduos, de um total de 1137 iniciais, vão compor a amostra que será estudada neste capítulo, eles representarão o público-alvo da empresa Farejamor.

Todas essas pessoas são responsáveis por 525 cães, e o gráfico 13 mostra a quantidade de cães por porte. Nota-se que a preferência dos tutores é por cães de porte pequeno a médio, totalizando 40% e 38% dos cachorros respectivamente.

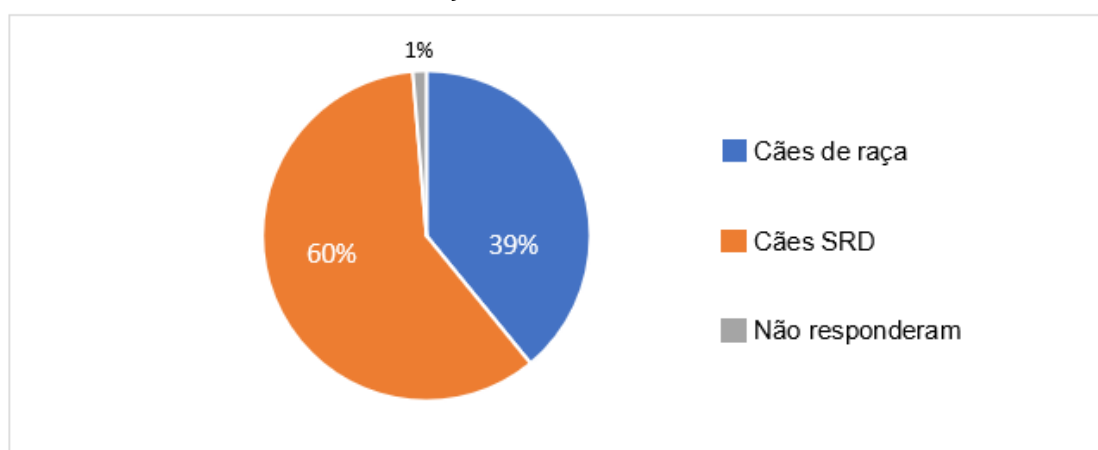
Gráfico 13: Quantidade de cães por porte



Fonte: Arquivo do autor

O gráfico 14 mostra quantos cães são de raça e quantos são sem raça definida (SRD). A maioria dos cães não tem raça, cerca de 60%, enquanto que 39% dos cães tem raça definida. Cerca de 1% dos tutores optaram por não responder essa questão.

Gráfico 14: Quantidade de cães de raça e SRD



Fonte: Arquivo do autor

Quando questionados sobre o que o cão mais representa para o dono, a grande maioria respondeu que o cachorro é um membro da família, totalizando 91% das respostas, como mostra o gráfico 15.

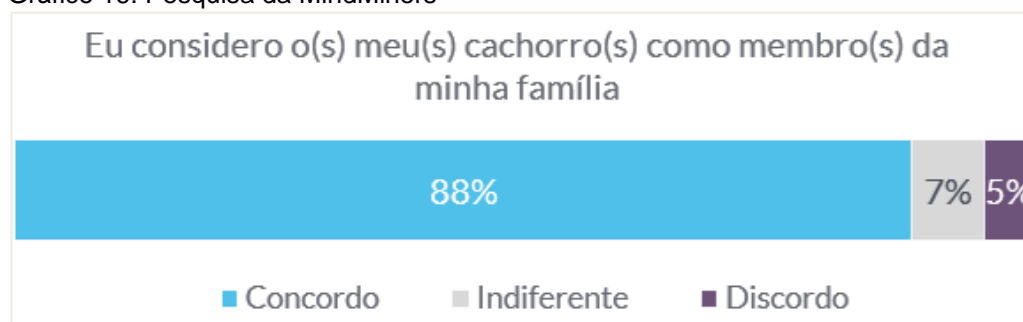
Gráfico 15: Significado do cão para o dono



Fonte: Arquivo do autor

A pesquisa da MindMiners, já mencionada antes, confirma essa tendência de comportamento. Quando questionados sobre o quanto a pessoa concorda com a frase citada abaixo, 88% responderam que seu cão é um membro da família.

Gráfico 16: Pesquisa da MindMiners



Fonte: MindMiners

Esses dados são confirmados por Cesmar Stokeviciene Moura, médico veterinário (Apêndice D), quando questionado se houve mudanças de comportamento entre o cão e o dono nos últimos anos, ele declarou “Sim! A posição que os *pets* hoje ocupam na família, é de verdadeiros filhos! As pessoas hoje

preferem ter animais de estimação (cães e gatos) do que filhos, e transferem para os *pets* todo amor e cuidado que deveriam ter com os filhos”.

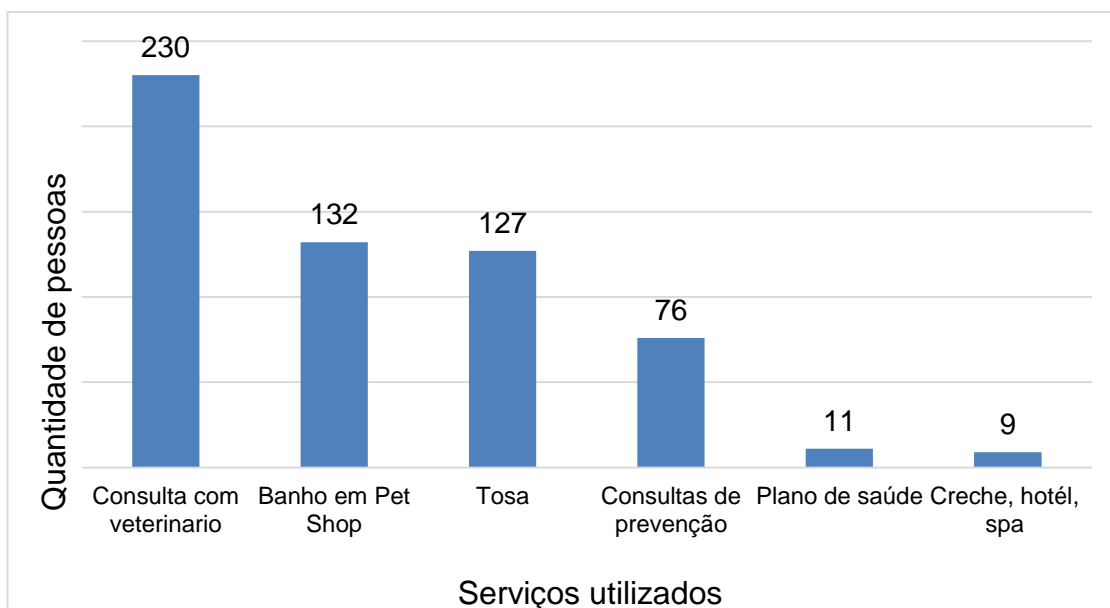
Stokeviciene não foi o único a afirmar que os cães ganharam novo espaço dentro das famílias, segundo a entrevista realizada com a empresária Adriana Lion Botelho, proprietária da marca Dogato (Apêndice C)

“Hoje o animal passou a ser membro da família, ele não é mais aquele que fica lá fora no quintal, então hoje a gente leva mais no veterinário, a gente humaniza mais esse animal, a gente fala com ele como se realmente ele entendesse o que a gente fala, a gente interage com ele como se realmente ele estivesse sentindo o que a gente sente”.

Observando os comentários dos entrevistados e daqueles que responderam à pesquisa, foi possível perceber uma tendência de comportamento que ressignifica a relação entre dono e cão. Um cachorro não é mais apenas um cachorro, e sim um membro da família, e para a grande maioria das pessoas, ter um cão nos dias atuais significa ter qualidade de vida, estar bem acompanhado, e receber amor incondicional.

O gráfico 17 mostra que entre os cuidados que o público-alvo costuma oferecer ao seu *pet*, consulta com veterinário foi o serviço mais votado, seguido por banho em *Pet Shop* e tosa. Serviços como plano de saúde e locais específicos para cães ainda são pouco consumidos, revelando que o mercado *pet* no Brasil ainda tem muito espaço para crescer. Segundo a Abinpet o gasto médio mensal com os cães fica entre R\$216,50 até R\$411,32 de acordo com o tamanho do animal.

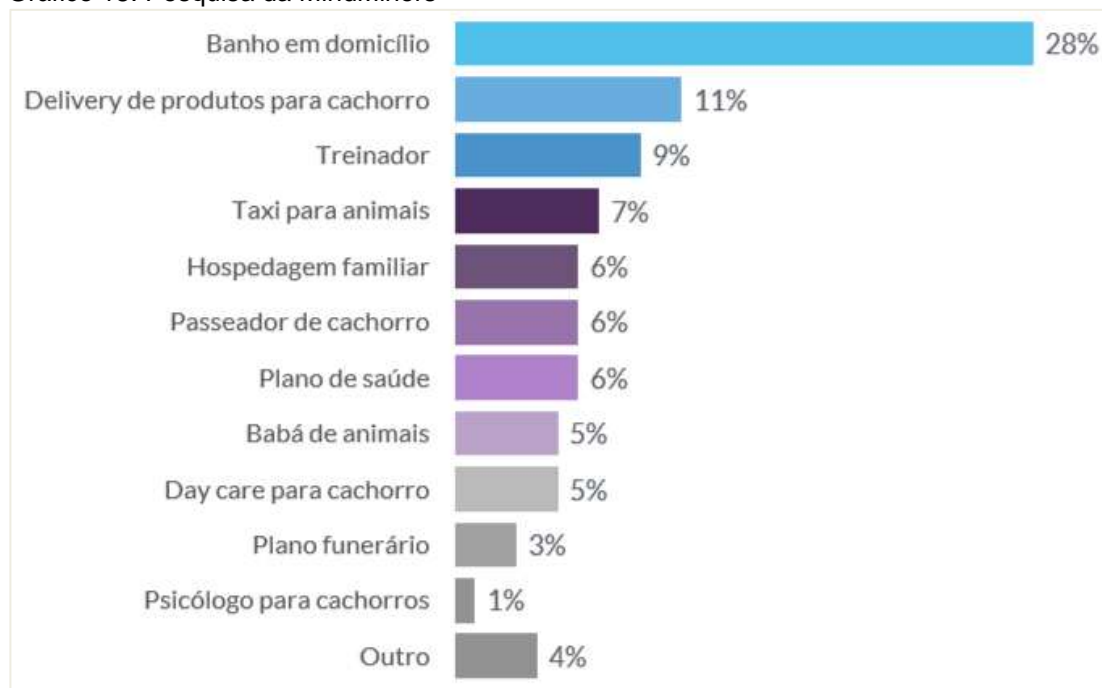
Gráfico 17: Serviços que o público-alvo fornece aos cães



Fonte: Arquivo do autor

Complementando os serviços contratados pelos tutores, o gráfico 18 mostra a pesquisa da MindMiners, e revela quais deles já foram contratados para atender às necessidades do cão e do dono.

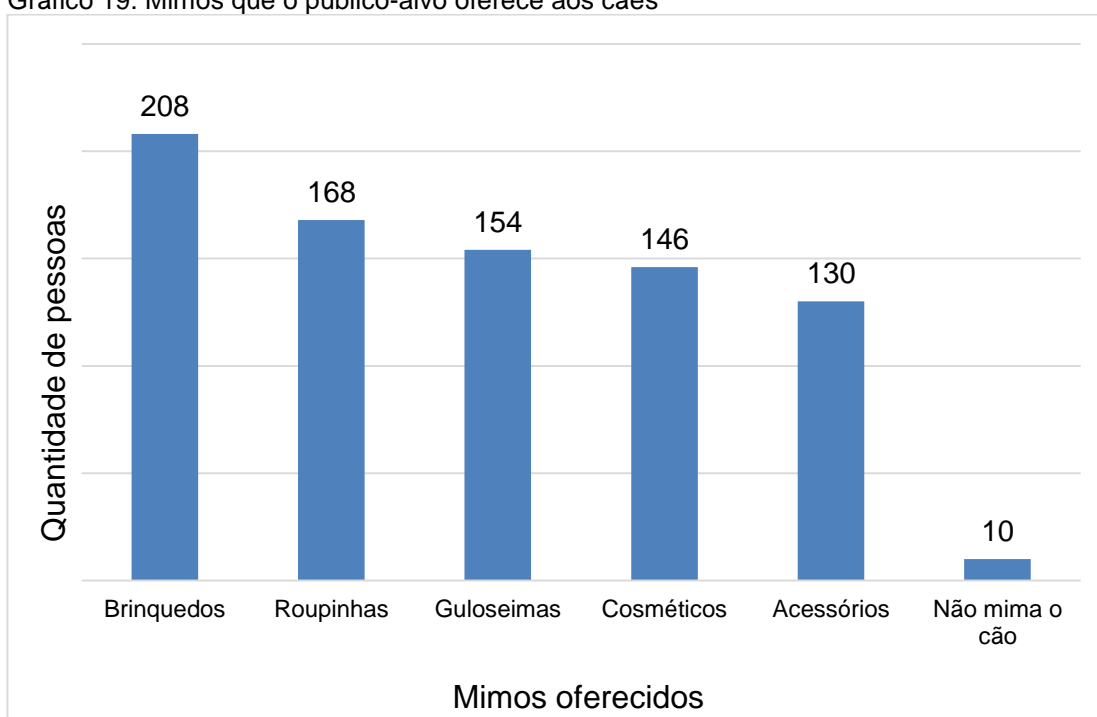
Gráfico 18: Pesquisa da MindMiners



Fonte: MindMiners

Em relação à questão que trata dos mimos que os tutores costumam oferecer ao cão, é necessário esclarecer que mimo diz respeito ao ato de mimar com presentes, ou seja, bens de consumo adquiridos para o *pet*, ao contrário de mimos dados por afeto ou atenção. Dito isso, a análise das respostas revelou que os cães estão sendo bastante mimados, pois apenas 10 pessoas não mimam seus cães, ou seja 4%, enquanto que 209 pessoas, ou seja 81% delas, oferecem de dois ou mais mimos. O gráfico 19 mostra que brinquedo é o mimo mais frequente que os cães recebem de seus tutores.

Gráfico 19: Mimos que o público-alvo oferece aos cães



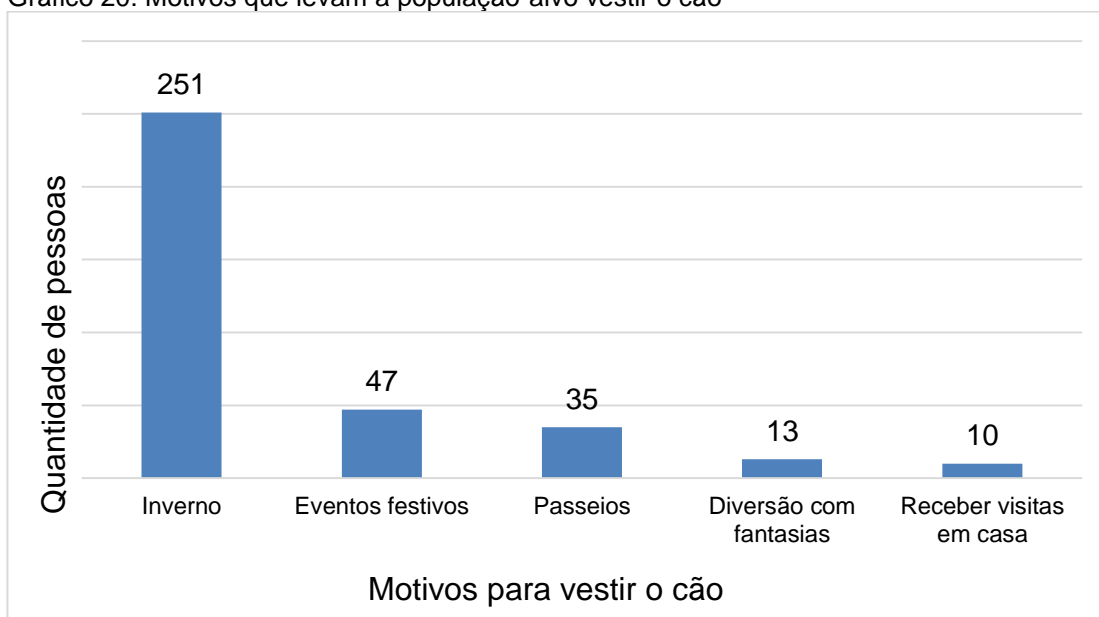
Fonte: Arquivo do autor

Um dado interessante de revelar é que 31% da população-alvo que vestem seus cães, não consideram roupinha de cachorro como mimo. O motivo principal que os fazem vestir seus cães é para aquecê-los do frio, levando a interpretação de que, se a roupa não representa um mimo ela é vista como uma necessidade básica.

A seguir, o gráfico 20 revela em quais momentos o público-alvo veste seu *pet*. Os motivos variam entre proteger o cãozinho do frio até se divertir com ele, vestindo-o com fantasias. Como já citado anteriormente, o motivo mais frequente do uso das roupinhas é o inverno, tornando assim o ato de vestir o animal em uma necessidade e não apenas estética.



Gráfico 20: Motivos que levam a população-alvo vestir o cão



Fonte: Arquivo do autor

Segundo a entrevista realizada com o médico veterinário Renato de Moraes Sarmiento (Apêndice F), quando questionado se na medicina veterinária existe alguma contraindicação do cão usar roupa, ele afirma

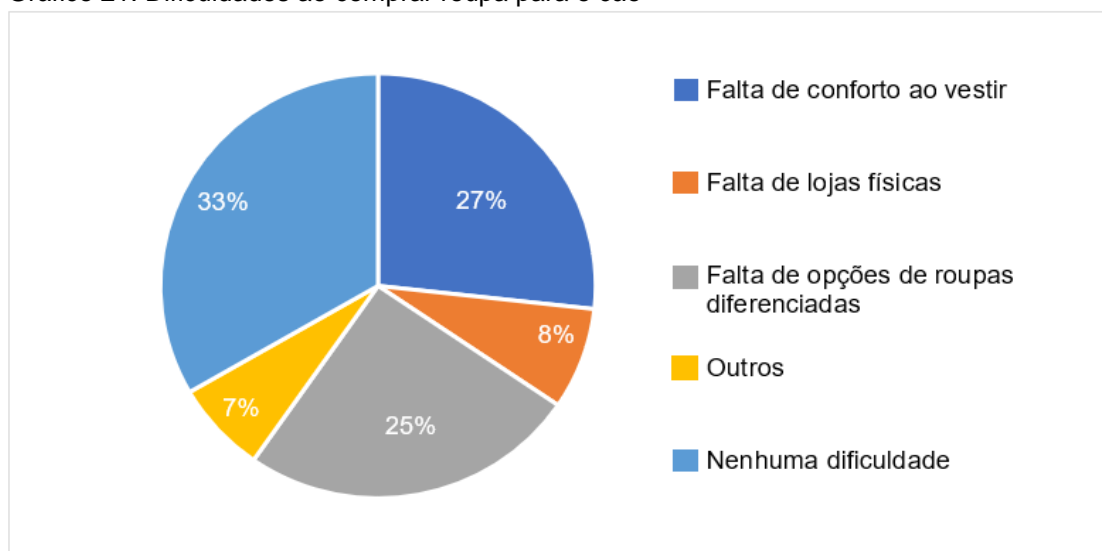
“Não, [...] hoje em dia, até por conta dessa proximidade que a gente tem, é importante o cão ter uma roupa, porque faz frio. Principalmente se ele vai ficar pra fora de casa, eles sentem frio como a gente. Claro que os cães mais peludos, com subpelo, tem uma proteção maior quanto ao frio do que a gente, mas eles também sentem frio, então determinadas raças precisam sim de roupa, não é contraindicado não”.

Sarmiento segue dizendo que além de proteger o animal do clima frio, existem ainda algumas situações em que o uso da roupa é indispensável, como no caso das roupas pós-cirúrgicas, que evita que o cão tenha acesso onde foi feito a cirurgia, e no caso dos cães idosos com problemas nas articulações, que sofrem com as variações de temperatura, ficando assim mais doloridos.

Apesar do conceito de vestir o cão ser cada vez mais aceito, e o mercado de roupas *pet* estar em crescimento, nem sempre é fácil encontrar uma peça de roupa que atenda às necessidades do animal, ao mesmo tempo que agrada o gosto e o bolso de seu dono. O gráfico 21 revela as principais dificuldades dos tutores ao comprarem a roupinha de seu *pet*. Nota-se que apenas 33% do público-alvo não tiveram dificuldades na compra da roupa, em contrapartida 67% encontraram

dificuldades que variam entre a roupa não oferecer conforto ao cão (27%) até falta de opções nos modelos das roupas (25%). Entre as pessoas que responderam outros, as maiores queixas são a respeito do custo elevado das peças e sobre o tamanho ideal da mesma.

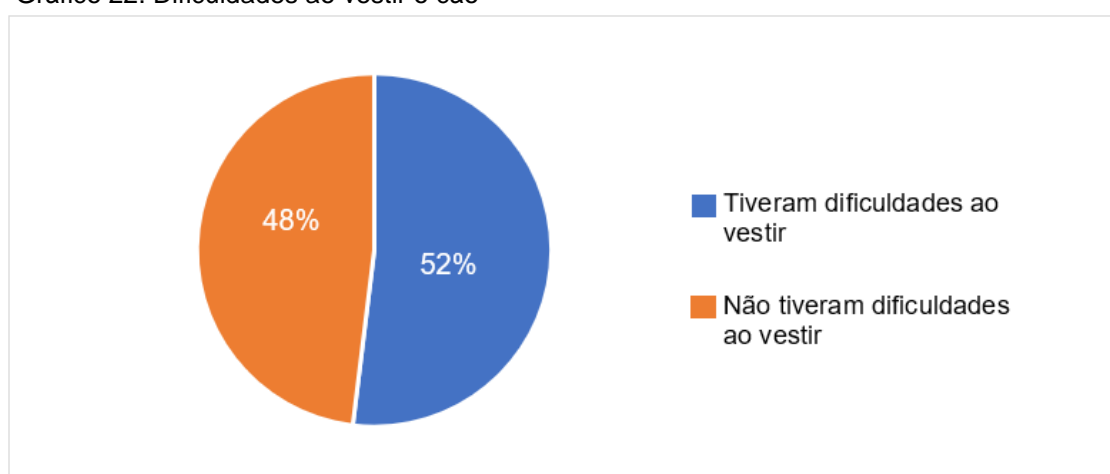
Gráfico 21: Dificuldades ao comprar roupa para o cão



Fonte: Arquivo do autor

Quando questionado a respeito das dificuldades encontradas no ato de vestir o cão, o público-alvo ficou bem dividido, 52% tiveram dificuldades, enquanto que 48% das pessoas não tiveram dificuldades, como mostra o gráfico 22.

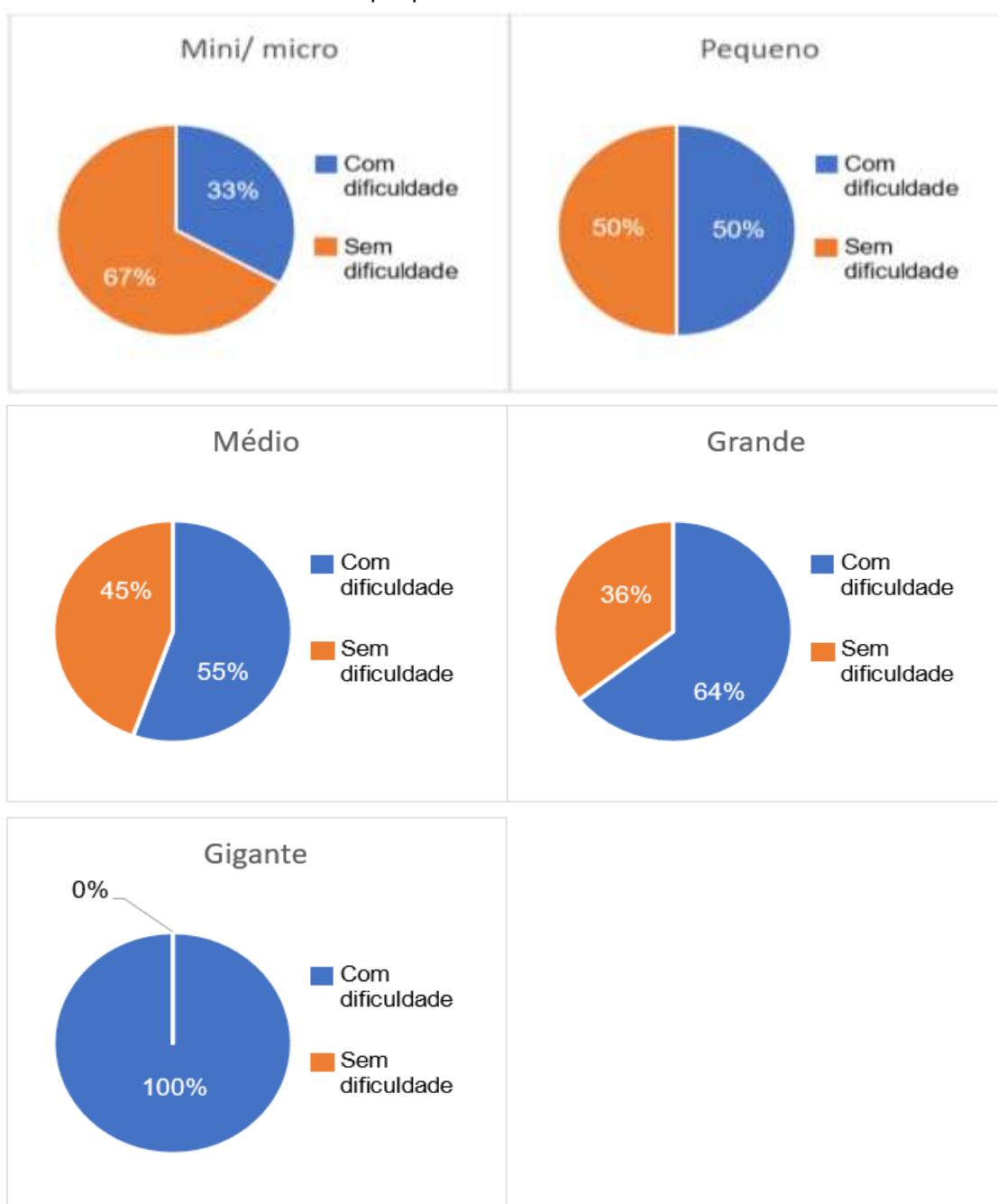
Gráfico 22: Dificuldades ao vestir o cão



Fonte: Arquivo do autor

O gráfico 23 revela que o porte que mais apresenta dificuldade ao vestir a roupinha são os cães de porte gigante, com 100% das respostas, seguido pelo porte grande, com 64% dos respondentes. E o porte que menos apresenta dificuldades ao vestir é o mini/ micro, com 33% das respostas.

Gráfico 23: Dificuldades ao vestir por porte de cachorro



Fonte: Arquivo do autor

Entre as pessoas que tiveram dificuldades, as queixas mais frequentes foram relacionadas ao tamanho das peças, que ora ficam grandes e ora ficam pequenas demais; ergonomia, a roupa atrapalha os movimentos do cão e molha quando ele urina; roupa apertada, pois a peça até serve no cão, mas por ele estar acima do peso padrão, a roupa fica apertada; estética, a queixa aqui é pela falta de peças bonitas, diferenciadas e com estampas interessantes; e para finalizar as insatisfações do público-alvo, o preço das peças, que são muito elevados.

Em relação a como deve ser a vestimenta para um cão, o médico veterinário Cesmar Stokeviciene Moura (Apêndice D), já citado anteriormente, indica “O que deve ser observado é conforto, temperatura do dia ou noite, se a roupa permite ao cão se movimentar, se permite a ele fazer as necessidades, se a roupa não aumenta a temperatura do corpo do animal”.

O médico veterinário Renato de Moraes Sarmento (Apêndice F) compartilha da mesma opinião, segundo ele

“Para o cão tem que ser um negócio confortável, é lógico que a criatividade pode falar alto, mas tem que ser um negócio pro cão, e não pra gente. Então não adianta ter muito penduricalho, não adianta ser um negócio muito engomadinho, ou um negócio que seja desconfortável pro cão. Tem que ser algo que permita ele ser um cão, se movimentar como um cão, eu acho que isso é importante. [...] tem que ser uma modelagem adequada pra anatomia dele. [...] Talvez os materiais tenham que ser um pouco mais elásticos, mais soltos, mais fáceis de se adaptar ao corpo”.

Sarmento contribui ainda com dicas de como uma roupinha de cachorro pode chegar perto do ideal de mercado, sem colocar a saúde do animal em risco

“[...] tem que tomar cuidado com o acabamento, não pode deixar um negócio muito solto, ou que seja de fácil acesso. Os detalhes normalmente da roupa do cão, no meu modo de entender, tem que ser num lugar onde o acesso pro cão seja menos fácil dele acessar, por exemplo nas costas. [...] Zíper é sempre um detalhe um pouco mais perigoso, porque ele pode enroscar o dente, na hora de fechar o zíper pode prender os pelos. [...] Então, às vezes velcro é mais prático pra uma roupa do dia-a-dia do que o zíper. [...] Mas tomar cuidado com os detalhes nesse sentido, porque o cão pode sim se interessar, e pensar que cão vai estar com aquilo uma boa parte do tempo e alguma coisa pode chamar a atenção. [...]”.

### 3.8 Público não selecionado

Vale ressaltar que perfis de pessoas que se identificaram com a proposta da marca Farejamor, porém não costumam vestir seus cães, não foram descartados como potenciais clientes. Entende-se que essas pessoas são um público a cativar no futuro, e do total de participantes da pesquisa, elas representam 238 pessoas.

Os perfis de pessoas que vestem o cão, mas responderam que não gostaram da tendência (29 pessoas), também foram considerados como potenciais clientes. Esse entendimento se justifica porque, quando questionados sobre o conceito de se vestir combinando com a roupa do cão, os participantes responderam com base nas imagens abaixo, cuja ideia representa apenas um conceito e não expõe a coleção de vestuário de fato. Portanto, acredita-se que esses prospectos podem se tornar futuros clientes no momento que forem expostos à coleção da marca.

Figura 14: Imagens usadas na pesquisa de campo

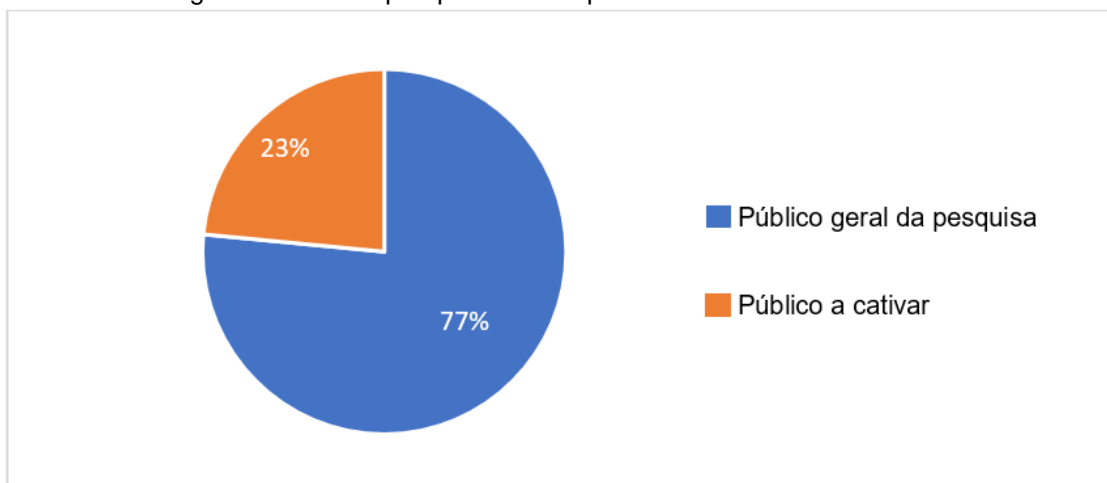


Fonte: Google

Ainda sobre os públicos a cativar, é válido afirmar que se o desejo de compra não estiver atrelado à roupa do cão, ainda assim, ele pode se manifestar pelas roupas de humanos, pois a marca Farejamor também desenvolverá peças de vestuário para pessoas.

O gráfico 24 mostra a fatia de consumidores que a marca Farejamor pode trabalhar para conquistar no futuro, representando 267 pessoas, das 1137 que participaram da pesquisa, ou seja, uma parcela de 23%.

Gráfico 24: Imagens usadas na pesquisa de campo



Fonte: Arquivo do autor

### 3.9 Conclusão da pesquisa de campo

Para finalizar a análise da pesquisa, a dúvida inicialmente exposta foi solucionada, concluindo assim que existe público para consumir a proposta de moda que a marca Farejamor vai desenvolver.

Conclui-se também que vestuário para cachorros, é um nicho de mercado em ascensão, e que precisa de profissionais qualificados, dispostos a se especializarem nesse ramo, pois as dificuldades de vestibilidade ainda são inúmeras, afligindo tanto os tutores de cães como as empresas que atendem esse mercado. Entre os problemas que marcas de vestuário canino enfrentam estão: cães obesos, diversidade de raças, tamanhos dos cães, cachorros sem raça definida e que por isso não tem padrão de corpo. Todos esses fatores dificultam uma padronização de modelagem das peças e esse desafio reflete no público consumidor, pois está diretamente relacionado ao conforto e usabilidade da roupa.

Baseado nessas conclusões, todas as informações da análise do público-alvo serão usadas para nortear as estratégias e o planejamento de coleção de moda que a marca Farejamor passará a adotar.

## 4 APRESENTAÇÃO DA MARCA FAREJAMOR

A empresa Farejamor nasceu do sentimento de amor e afeto que as criadoras da marca sentem em relação aos seus *pets*, trazendo uma nova visão sobre o relacionamento entre o cão e seu dono. O desejo das três idealizadoras era de transformar esse sentimento de carinho em um nicho de mercado, preenchendo o vazio que faltava para conectar dois seres de naturezas distintas. Assim surgiu a Farejamor com seus ideais baseados em:

**Missão:** criar e oferecer peças com qualidade e estilo no segmento “tal dono, tal cão”, conectando pessoas e cachorros através do vestuário, e atender as necessidades de nossos clientes, humanos e caninos, com total eficiência.

**Visão:** ser uma marca líder no segmento “tal dono, tal cão”, conhecida por proporcionar qualidade, conforto e beleza nas peças confeccionadas.

**Valores:** amor, confiança, dedicação, estilo e qualidade.

Segundo Philip Kotler (1998), marca é um nome, termo, sinal, símbolo ou combinação dos mesmos, que tem o propósito de identificar bens ou serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e de diferenciá-los dos concorrentes.

A origem do nome da marca se deu pela junção das palavras “faro” e “amor” formando a palavra Farejamor. Esse nome foi inspirado nos próprios cães, que pelo faro identificam seus tutores, e também na relação de carinho e afeto entre o animal e seu dono.

A tipografia do logo foi elaborada a partir do conceito “feito a mão”, para mostrar ao público que a Farejamor é uma marca que valoriza a arte e suas várias formas de expressão. A imagem de uma pata no final da palavra possui três dedos que representam as três idealizadoras da marca. A cor base para as letras é a preta, mas a partir do logo podem ser usadas outras cores, de forma que combine com a superfície ou fundo utilizado, seja ela site, embalagens, etiquetas, *tags* ou o que mais a marca for utilizar.

Figura 15: Logo da marca Farejamor



Fonte: Arquivo do autor

A Farejamor foi inspirada na tendência “tal mãe, tal filho (a)” e “tal pai, tal filho (a)”, cujas roupas para ambos são combinadas a partir de cores, estampas ou modelos. Atualmente o cachorro passou a ser visto como uma miniatura do dono e a partir dessa cumplicidade, o estilo de seu tutor foi transmitido para ele sem que ambos perdessem suas identidades humana e canina, originando a tendência “tal dono, tal cão”.

A empresa sede está situada na cidade de Americana, interior do Estado de São Paulo, sendo uma empresa brasileira. A venda dos produtos é realizada no varejo, por meio de loja virtual e entregue via Correios, abrangendo todo o Brasil.

Através da pesquisa de campo (Apêndice A), foi definido que o público-alvo da marca engloba mulheres e homens, de 18 a 35 anos de idade, que apresentam um perfil mais familiar, considerando seus cães como membros da família. Eles sentem prazer em cuidar de seus cães e desfrutam de momentos excepcionais ao levarem seus *pets* para passear. Sendo assim, a proposta das peças desenvolvidas consiste em roupas casuais, que seguem as tendências de moda, apropriadas para frequentar áreas de lazer como parques, praças, shoppings, restaurantes, passeios em família, viagens e eventos em geral, que permitem a entrada de cães.



Figura 16: Pannel de consumidores da marca Farejador



Fonte: Arquivo do autor

O *mix* de produtos para os tutores consiste em peças como blusas, camisetas, camisas, casacos, blazers, coletes, capas, vestidos, entre outros. E o *mix* de produtos caninos acompanha a roupa dos humanos, sendo combinados a partir de tecidos (cores e estampas), aviamentos e/ou modelos. As ferramentas utilizadas para pesquisas de tendências são portais de moda como WGSN e Vogue, que atualizam as informações do mercado da moda em tempo real.

As roupas para humanos são confeccionadas nos tamanhos extra pequeno, pequeno, médio, grande e extra grande, seguindo uma tabela de medidas elaborada pelas criadores, com base no padrão de medidas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e na tabela estabelecida pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), conforme a seguir:

Tabela 6: Medidas femininas: corpo ampulheta

<b>Medidas (cm)</b>	<b>PP</b>	<b>P</b>	<b>M</b>	<b>G</b>	<b>GG</b>
<b>Tamanho</b>	<b>36</b>	<b>40</b>	<b>44</b>	<b>48</b>	<b>52</b>
Circunferência horizontal da cabeça	54	55	55	56	56
Circunferência do pescoço	34	36	38	40	42
Circunferência do busto	84	92	100	112	124
Circunferência do braço	27,1	30	32,8	35,7	38,5
Circunferência do pulso	14	14,6	15,3	15,9	16,6
Circunferência da cintura	70	78	88	100	112
Circunferência do quadril	96	104	114	126	138
Circunferência da coxa	54	58	62	68	74
Circunferência do joelho	36,3	38,7	41,1	43,9	47,1
Circunferência do tornozelo	21,6	23,2	24,8	26,4	28
Altura de corpo costas até a cintura	39,5	40,5	41,5	43	45
Altura de corpo frente até a cintura	35,7	36,3	36,9	37,6	38,2
Comprimento ombro a ombro	37	39	41	43	45
Distância entre mamilos	17,5	19,5	21,5	23,5	25,5
Comprimento manga longa	56	58	60	62	64
Comprimento manga curta	24	25	26	27	28
Altura do gancho	23	24	25	26	27
Altura de quadril	17,5	18	18,5	19	19,5
Altura da cintura ao chão	90	94	100	103	109

Fonte: Arquivo do autor

Tabela 7: Medidas masculinas: corpo normal

<b>Medidas (cm)</b>	<b>PP</b>	<b>P</b>	<b>M</b>	<b>G</b>	<b>GG</b>
<b>Tamanho</b>	<b>34</b>	<b>38</b>	<b>42</b>	<b>46</b>	<b>50</b>
Circunferência horizontal da cabeça	56	56	60	62	64
Circunferência do pescoço	35	37	39	41	43
Circunferência do tórax	82	90	98	106	114
Circunferência do bíceps	28	30	34	38	42
Circunferência do pulso	16	17	18	19	19
Circunferência da cintura	68	76	84	92	100
Circunferência do quadril	84	92	100	108	116
Circunferência do joelho	38	40	44	50	52
Circunferência do tornozelo	21,2	21,6	22	22,4	22,8
Altura do corpo costas até a cintura	40	42	44	46	47,5
Comprimento ombro a ombro	42	44	46	48	50
Comprimento manga longa	62	63	64	65	66
Comprimento de manga curta	24	25	26	27	28
Altura de gancho	19	20	22	23	24
Altura da cintura ao chão	96	98	100	104	110

Fonte: Arquivo do autor

Em relação as roupas dos cachorros, a Farejamor contempla todos os cães, seja com raça ou SRD. As peças são confeccionadas nos tamanhos extra pequeno, pequeno, médio, grande e extra grande, e a marca disponibiliza ainda a opção de “tamanhos especiais”, para atender aqueles que não se enquadrarem na tabela de medidas. A concentração da maior produção da marca será nos tamanhos pequeno e médio, devido estes serem os tamanhos que mais se destacam de acordo com a pesquisa de campo (Apêndice A).

Devido a imensa diversidade de tamanhos, não existe normas para as medidas caninas. Sendo assim, a tabela de medidas selecionada para atender os clientes caninos, foi baseada na tabela da marca Cãomisetaria, pois esta segue uma tabela ampla, atendendo todas as raças e portes, desde Pinscher e Poodle a Boxer e São Bernardo.

Tabela 8: Medidas canina

Tamanho	Comprimento (cm)	Tórax (cm)	Pescoço (cm)
PP	25	36	24
P	33	48	32
M	42	60	36
G	63	69	40
GG	78	90	52

Fonte: Cãomisetaria

As roupas dos cachorros devem ser confortáveis e permitirem a liberdade para todos os movimentos que lhes são essenciais. Como mostra a pesquisa de campo (Apêndice A), a maior dificuldade que as pessoas têm em comprar roupinhas para seus cães, é o fato de não serem confortáveis. Assim como os humanos precisam de proteção dentro de uma veste, o mesmo acontece com o cão. Pensando nisso, a marca certifica-se que as peças confeccionadas não possam machucar ou irritar o animal, através da utilização de tecidos leves e transpiráveis, aviamentos seguros como velcro, elástico e botão de pressão, e modelagens práticas. Devido a anatomia do cão, a roupa deve possuir abertura na parte traseira, para que o cão possa fazer suas necessidades sem impedimento algum e sem sujar a roupinha.

Em relação ao processo produtivo, a marca é responsável pela criação dos modelos e pela compra dos tecidos e aviamentos, porém a confecção das peças é executada por confecções terceirizadas. As opções de cores e estampas das roupas dependem da disponibilidade dos tecidos oferecidos pelos fornecedores, o mesmo ocorre com os aviamentos.

## 5 APRESENTAÇÃO DO SITE

A partir da definição de público-alvo da empresa Farejamor, identificou-se que os futuros clientes acessam a internet, por isso o canal de comercialização que a marca escolheu para vender seus produtos foi loja virtual.

A marca Farejamor conta com um site, e além dele, faz uso das redes sociais como o Facebook e o Instagram, pois é fundamental estar presente em todas as plataformas utilizadas pelos clientes. Essas redes sociais funcionam como uma vitrine dos produtos, atraindo o internauta para o site da empresa.

A loja virtual contém botões de compartilhamento de conteúdo para as redes sociais, aumentando a visibilidade da marca, e fazendo com que a conquista de outros públicos seja possível, bem como mostrar para o cliente que a empresa possui mais de um canal para facilitar a comunicação entre ele e a marca.

Ao acessar a página do site, é apresentado de forma aleatória todo o *mix* de produtos que a marca Farejamor oferece, e conforme o objetivo de compra do cliente, a loja virtual disponibiliza filtros para otimizar a busca das peças, que são: a aba para pesquisar roupas dos donos combinando com os cães, outra aba para pesquisar roupas de cães e por fim a aba para pesquisar somente roupas dos humanos, dessa forma o cliente pode visualizar diretamente as peças de seu desejo.

A figura 17 mostra como está disposto o *layout* do site. Existem abas de navegação intituladas como: Para Nós, Para Eles e Para Mim. Essas abas tem a finalidade de facilitar a busca de peças específicas para cada objetivo. Ao acessar a aba Para Nós, abre duas opções de gênero humano, feminino e masculino, e o cliente pode escolher qual deseja. Conforme o gênero escolhido aparece imagens de roupas específicas para aquele público, e a maior imagem que aparece expondo o produto, é a de uma pessoa interagindo com o seu cão, exibindo a combinação de roupas entre eles. Na lateral esquerda da imagem, a roupa do humano é exibida em várias posições, e na parte inferior dessa imagem tem as opções de roupas para o cachorro macho ou para a fêmea. Ainda nessa aba, a pessoa tem acesso ao tutorial de como tirar suas medidas da forma correta, e na tabela de medidas do *link* ao lado, pode comparar suas medidas com as da tabela e identificar em qual tamanho da marca ela se enquadra.

Figura 17: Layout do site na aba Para Nós

The screenshot displays the 'Para Nós' (For Us) section of the Farejamor website. At the top, there is a search bar and a 'Minha conta' (My Account) link. The main navigation bar includes 'PARA NÓS', 'PARA ELES', 'PARA MIM', and 'SOBRE A FAREJAMOR'. The featured product is 'CHEMISE COM BARRADO NUVEM' (Dress with Cloud Trim). The product details include the code 'Ah1VP', a description of a medium-length, flared dress with cloud-shaped trim and long sleeves with elastic cuffs, and a composition of 72% cotton, 25% polyester, and 3% elastane. The price is listed as R\$ 89,99, or two payments of R\$ 45,00. A 'COMPRAR' (Buy) button is present. Below the price, there is a size selection section with options PP, P, M, G, and GG. Two buttons, 'Tabela de medidas' (Size Chart) and 'Como tirar suas medidas' (How to take your measurements), are also visible. A section titled 'Combine com o look do seu cão' (Combine with your dog's look) shows two images of a dog wearing the dress, labeled 'Fêmea' (Female) and 'Macho' (Male).

Fonte: Arquivo do autor

Após escolher uma peça para si, o cliente pode finalizar a compra ou optar por comprar a roupa do cachorro que combine com a sua. O cliente pode escolher combinar sua roupa com a roupa do cachorro macho ou fêmea, ou os dois, caso seja sua necessidade e desejo.

Ao acessar a aba Para Eles, o cliente vai ter acesso direto as roupas dos cães, podendo escolher entre os gêneros macho e fêmea, em seguida a página vai exibir as opções de roupas para o gênero escolhido. Essa aba serve para aqueles clientes que queiram adquirir exclusivamente a roupa do cachorro, tendo a agilidade de visualizar somente os produtos desejados. Porém o objetivo da marca é

conquistar o cliente como um todo, assim, ao acessar a aba Para Eles, a opção da combinação de roupa para o humano vai ser exposta logo abaixo da roupa canina, chamando a atenção do dono para a combinação das peças.

Figura 18: *Layout* do site na aba Para Eles

Buscar Minha conta

**Farejanor**

PARA NÓS **PARA ELES** PARA MIM TAMANHOS ESPECIAIS

**VESTIDO COM BARRADO NUVEM**

Código da peça: Ac3VM

Descrição da peça:

Vestido com saia franzida e sobreposição em formato de nuvem; possui fechamento em velcro e elástico na barriga, permitindo que o vestido tenha um melhor ajuste no corpo do cão.

Composição: 72% algodão, 25% poliéster e 3% elastano.

**R\$ 39,99**  
OU 2 X de R\$ 20,00

**COMPRAR**

Selecione o tamanho do seu cão

PP P M G GG

Combine com o look do seu cão

Tabela de medidas Como tirar medidas de seu cão

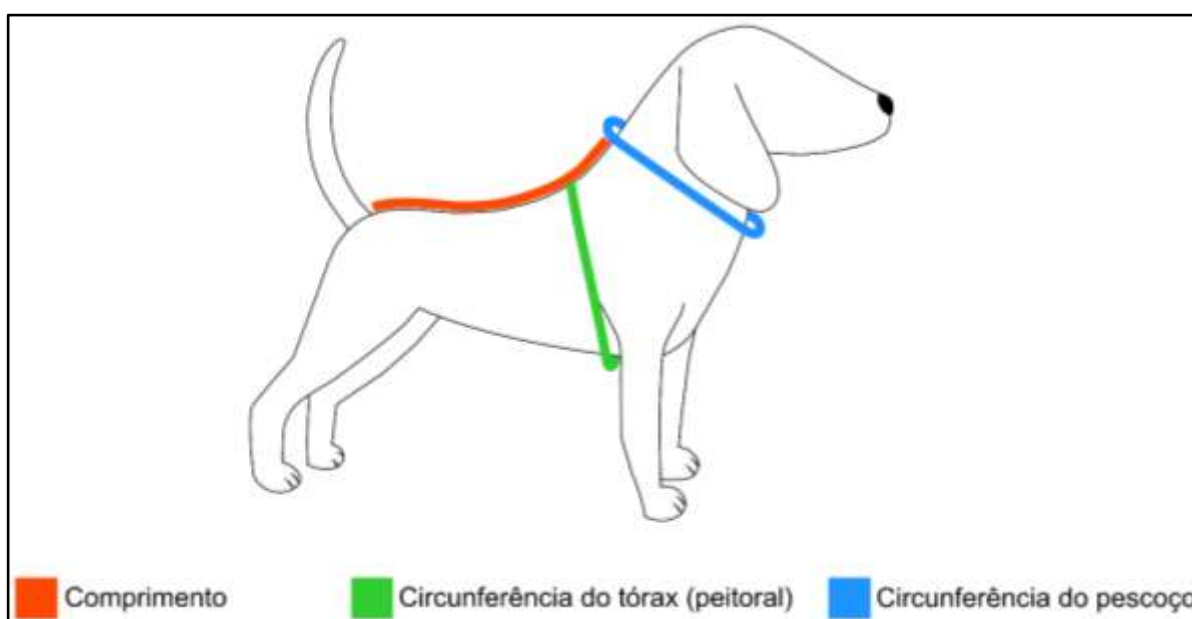
Chemise jeans

Fonte: Arquivo do autor



Ainda na página Para Eles, o cliente tem acesso ao tutorial de como tirar as medidas do cachorro, e depois comparar com a tabela de medidas do site, para identificar qual tamanho melhor se ajusta ao seu *pet*. Para os cães que não se enquadram nas medidas estabelecidas, a marca disponibiliza para o cliente a opção de comprar a peça em tamanho especial, ou seja, em casos de portes mini/micro e gigante, o tutor preencherá uma tabela com as medidas do cachorro, seguindo um exemplo já estabelecido no site.

Figura 19: Guia de como tirar as medidas do cachorro



Fonte: Arquivo do autor

A aba Para Mim é destinada aos clientes que queiram visualizar exclusivamente as roupas para humanos. A navegação segue similar a aba Para Eles, com a diferença que o foco são as peças para as pessoas e não para os cães.

É válido ressaltar que a descrição da peça, tamanho, tabela de medidas e preço são referentes apenas para a maior imagem que aparece no momento do acesso, ou seja, se o cliente estiver visualizando uma roupa para cachorro, as informações do site serão para a roupa do cachorro, e quando ele for visualizar uma roupa para si, as informações irão mudar automaticamente para o perfil de humano, essa medida visa evitar informações confusas para o cliente e também deixar a navegação do site mais intuitiva.

A proposta da marca é que o cliente adquira a combinação das peças entre ele e seu cachorro, porém, a compra de peças individuais também é possível. Para



estimular o cliente a comprar a combinação das roupas, haverá uma diferenciação de preço, sendo que para peças individuais o valor será integral e para o combo de peças terá desconto no valor total da compra.

No processo de compra, o cliente deve preencher um cadastro, onde serão exigidos seus dados pessoais, e nesse momento ele tem a opção de fornecer a data de seu aniversário e a do seu cachorro, e nos meses dos dois aniversariantes a marca Farejamor irá presentear-los com cupom de desconto.

Após finalizada a compra, o cliente receberá seu pedido no prazo de cinco dias úteis, e se na compra tiver peças de tamanhos especiais, esse prazo aumenta para quinze dias úteis, considerando que a roupa ainda será confeccionada. O pagamento pode ser realizado através de boleto, cartões de débito ou crédito e depósito bancário, acrescidos da taxa de juros dos cartões, quando esta opção for a escolhida.

A marca Farejamor adotou a política de troca quando a peça apresentar defeitos de fabricação, ou quando se fizer necessário trocar o tamanho da roupa, sendo que o frete da primeira troca é gratuito. A política para devoluções entra em vigor se o cliente não se sentir satisfeito com o produto e serviços oferecidos, sendo que a Farejamor se responsabiliza em devolver o valor integral da compra para o cliente.

Para serem entregues, as roupas serão colocadas em embalagem própria da marca, acompanhadas de cartão de visita e *tag*. A embalagem com o produto será entregue dentro de outro invólucro atendendo as especificações dos Correios.

Figura 20: Frente e verso do cartão de visita da marca Farejamor



Fonte: Arquivo do autor

Como mostra a figura 21, a embalagem da marca será uma caixa de papelão com estampas temáticas de *pet*, e no centro superior da embalagem terá um recorte no formato de patinha, onde o cliente poderá visualizar a cor ou a estampa da peça que comprou.

Figura 21: Embalagem da marca Farejamor



Fonte: Arquivo do autor

## 6 COLEÇÃO

Segundo Rech, citada por Doris Treptow (2007), “Coleção é um conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinadas épocas do ano”.

A coleção “Aconchego” foi elaborada pelas estilistas Camila Marini, Daiane Soler Parra e Diala de Oliveira Trevisan. De acordo com o dicionário Aurélio (2008), aconchego significa conforto, proteção e amparo, e ao batizar a coleção com esse nome, a intenção da marca foi transmitir aos clientes a sensação de serem abraçados, seja pelo lado emocional ou pelas peças em si.

Foi baseada nas tendências de outono/inverno 2019, que relembram a moda dos anos 90, com modelagens retas e soltas, mangas levemente bufantes, formas de nuvens, recortes assimétricos com misturas de cores e/ou estampas, e cores vibrantes.

Através da elaboração do painel de inspiração, determinou-se a paleta de cores, tecidos, modelagens e aviamentos. Foram desenvolvidos doze modelos, sendo oito femininos e quatro masculinos. Para cada modelo, foram confeccionados para os cães, uma peça para a fêmea e uma para o macho, com exceção de uma peça feminina, que para o cão foi confeccionado uma peça unissex, podendo ser utilizada tanto para fêmea quanto para macho, e uma combinação nomeada “família”, onde as peças dos humanos combinam entre si e com as peças dos cães.

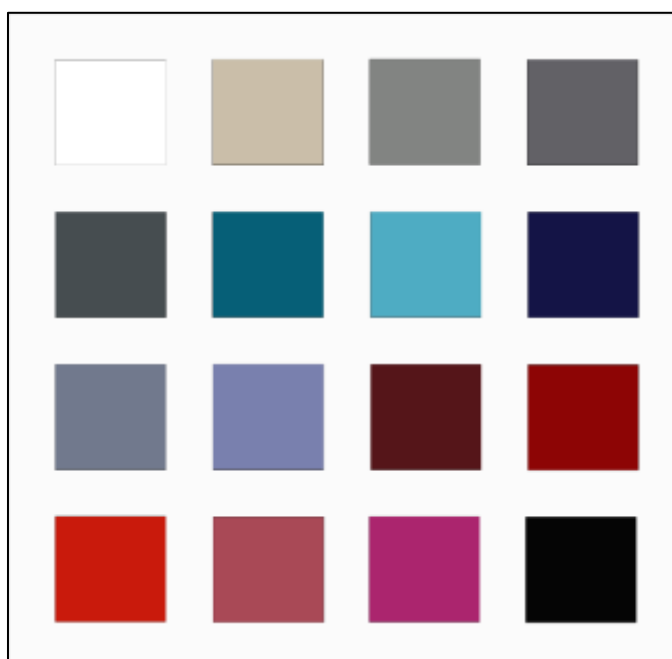
Figura 22: Painel de inspiração da marca Farejamor



Fonte: Arquivo do autor

A figura 23 mostra a paleta de cores elegida pela marca Farejamor para a coleção “Aconchego”.

Figura 23: Paleta de cores da coleção “Aconchego”



Fonte: Arquivo do autor

A seleção dos tecidos para a coleção foi realizada priorizando características como qualidade, conforto e maleabilidade, principalmente em relação aos tecidos para os cães. Foram escolhidos tecidos planos e malhas que apresentam fibras naturais em sua composição, como o algodão, permitindo que o corpo tenha facilidade em transpirar, e que tenham elastano, promovendo um conforto maior.

A escolha dos aviamentos foi pensada em materiais que não oferecessem riscos ou lesões aos cães, como velcro e botão de pressão para fechamento das roupas, e elástico para adaptação ao corpo.

Para os humanos, as modelagens foram baseadas na facilidade em manusear um cão, uma vez que por ser de estatura baixa, existe a necessidade de manipulação até sua altura. E para os cachorros, foram elaboradas de forma que não dificultassem os movimentos e não causassem acidentes de nenhuma natureza. Algumas peças caninas apresentam regulagem em suas modelagens, fazendo com que a peça se adeque da melhor maneira possível ao corpo do animal.

### 6.1 Peças que compõem a coleção

Vestido jeans feminino: vestido evasê de comprimento médio, com recorte em babado e sobreposição em formato de nuvem. Apresenta gola chinesa, abertura dianteira com fechamento em botões de massa e bolsos arredondados. Possui mangas longas com abertura nos ombros, e elástico no punho e no braço, tornando-as levemente bufantes. O recorte no centro das costas permite que o vestido assente melhor ao corpo.

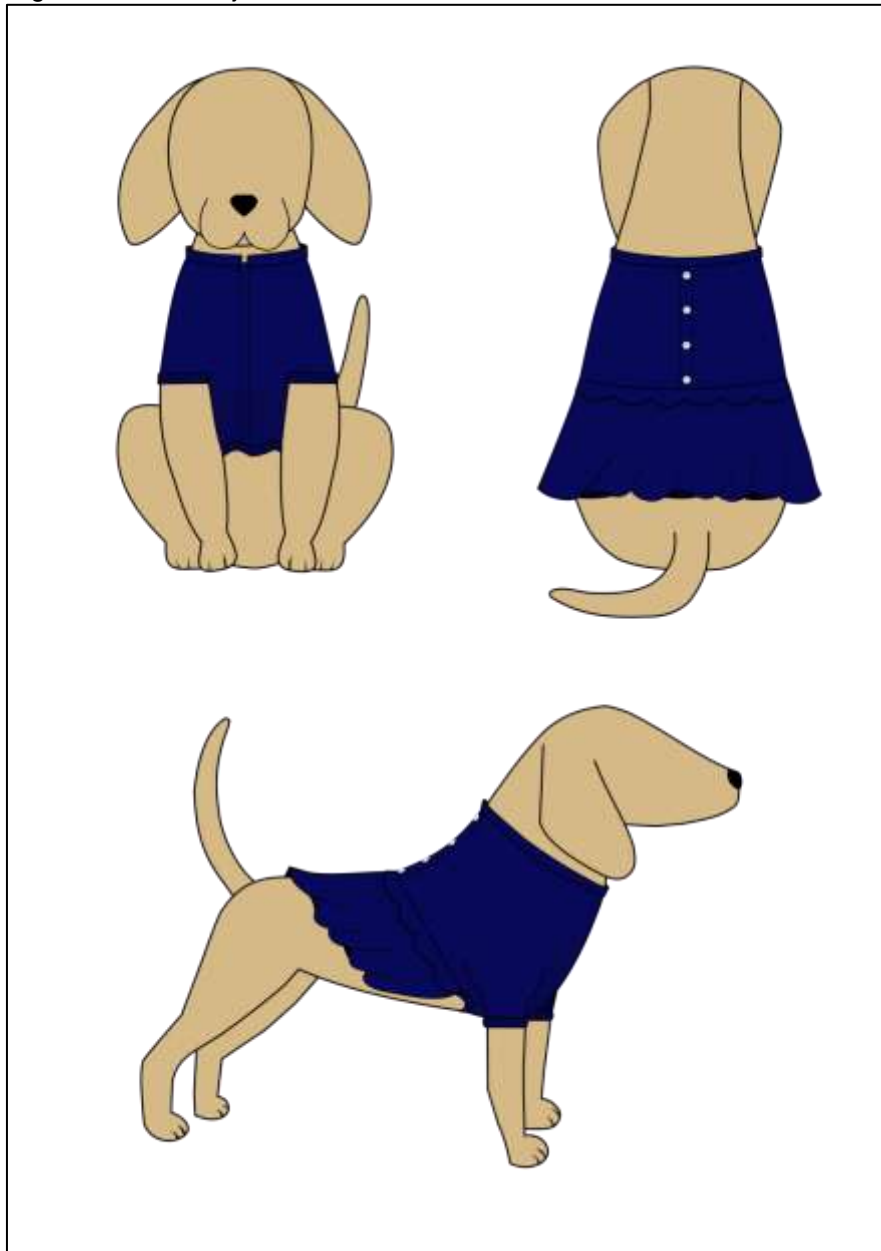
Figura 24: Vestido jeans feminino



Fonte: Arquivo do autor

Vestido jeans fêmea: possui gola chinesa e mangas raglan com recorte na barra. A parte traseira apresenta vista falsa, botões de massa e saia franzida com sobreposição em formato de nuvem, e a dianteira, fechamento em velcro e elástico, permitindo que o vestido tenha um melhor ajuste ao cão.

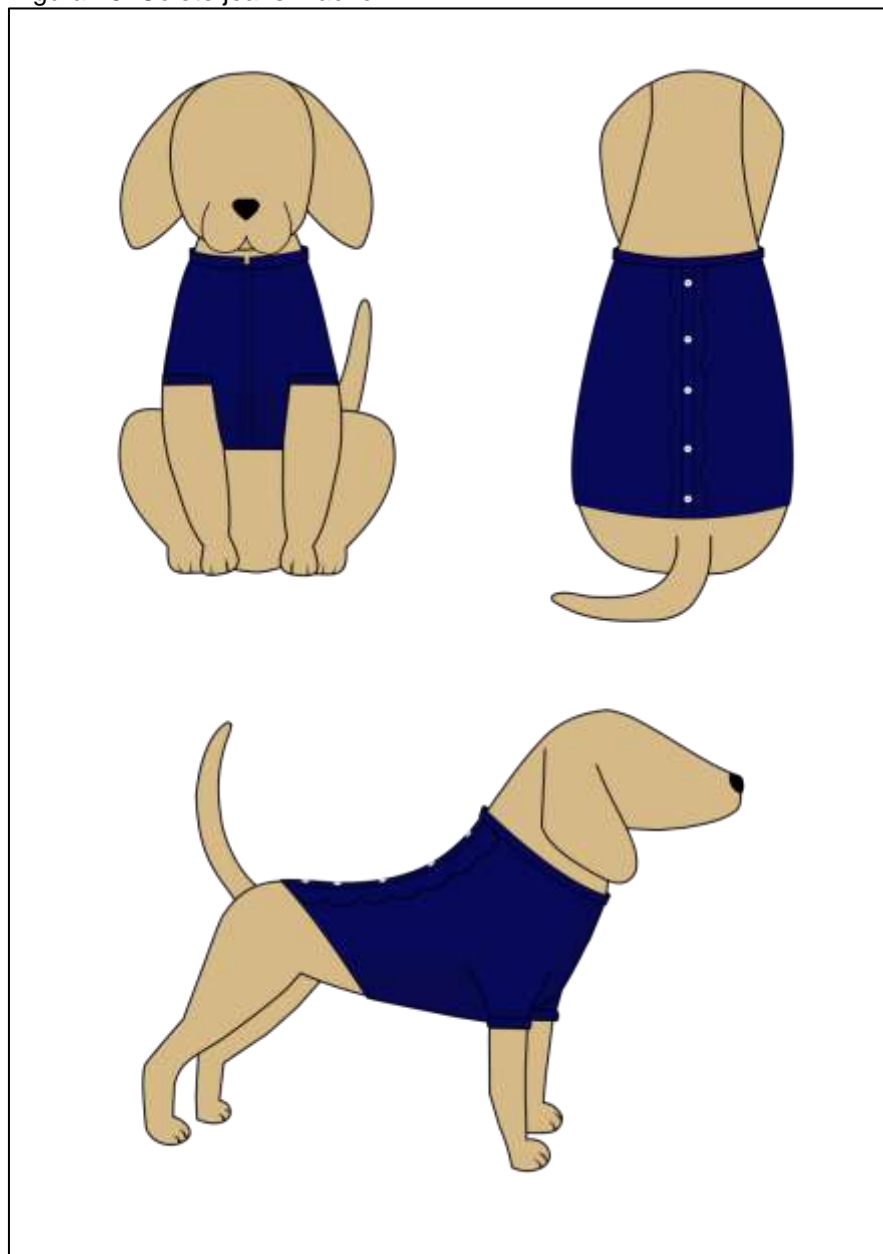
Figura 25: Vestido jeans fêmea



Fonte: Arquivo do autor

Colete jeans macho: possui gola chinesa, mangas raglan e bolsos embutidos falsos. A parte traseira apresenta vista falsa, botões de massa e sobreposição em formato de nuvem, e a dianteira tem fechamento em velcro.

Figura 26: Colete jeans macho



Fonte: Arquivo do autor



Vestido nuvem feminino: vestido evasê de comprimento médio, com recorte na barra e sobreposição em formato de nuvem. Apresenta gola chinesa, pala com recorte vazado e fechamento em zíper, mangas longas com abertura nos ombros e elásticos nos punhos, tornando-as levemente bufantes. Possui recortes verticais e bolsos embutidos na parte dianteira, e recorte traseiro, permitindo que o vestido assente melhor ao corpo.

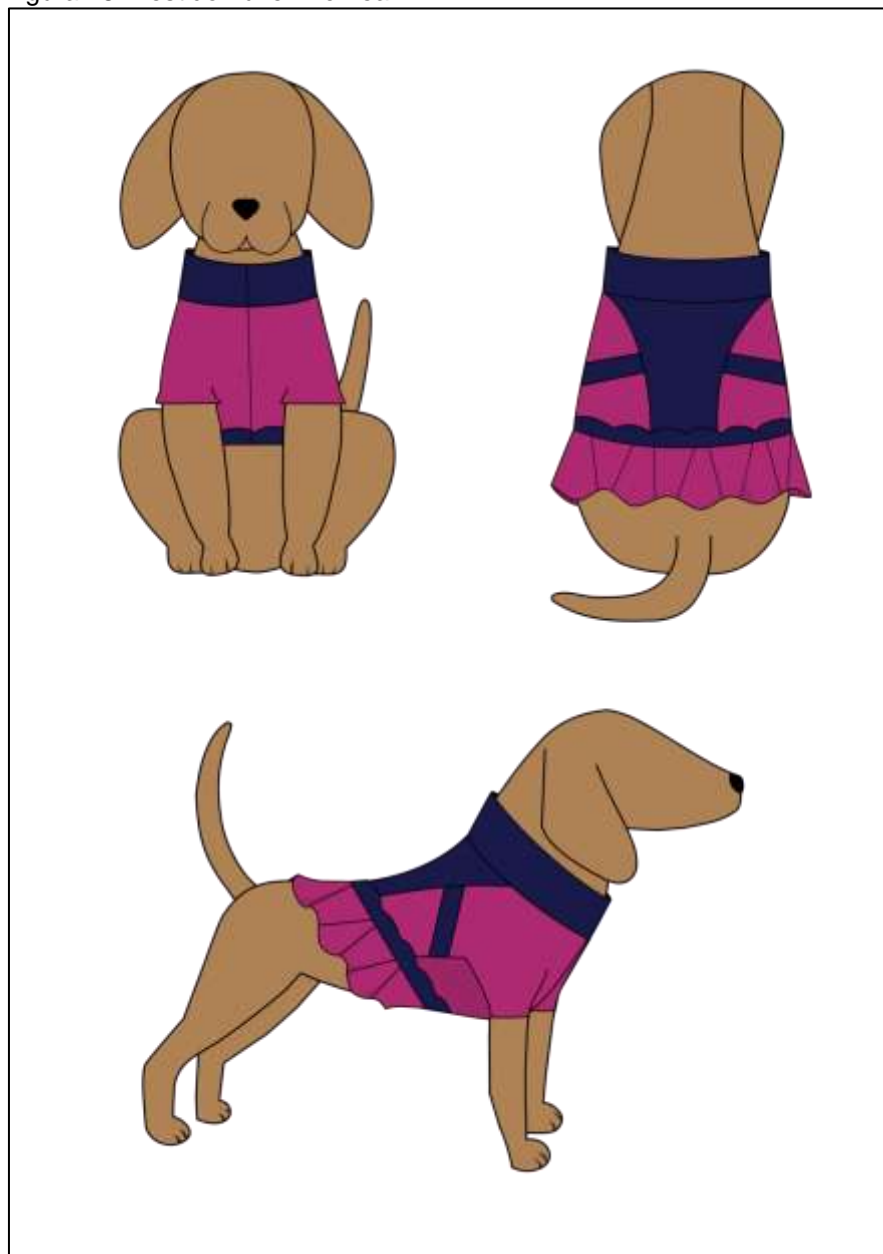
Figura 27: Vestido nuvem feminino



Fonte: Arquivo do autor

Vestido nuvem fêmea: apresenta corpo baixo, gola escafandro, mangas curtas, saia franzida, recortes laterais e verticais, e sobreposição em formato de nuvem. A parte dianteira possui fechamento em velcro.

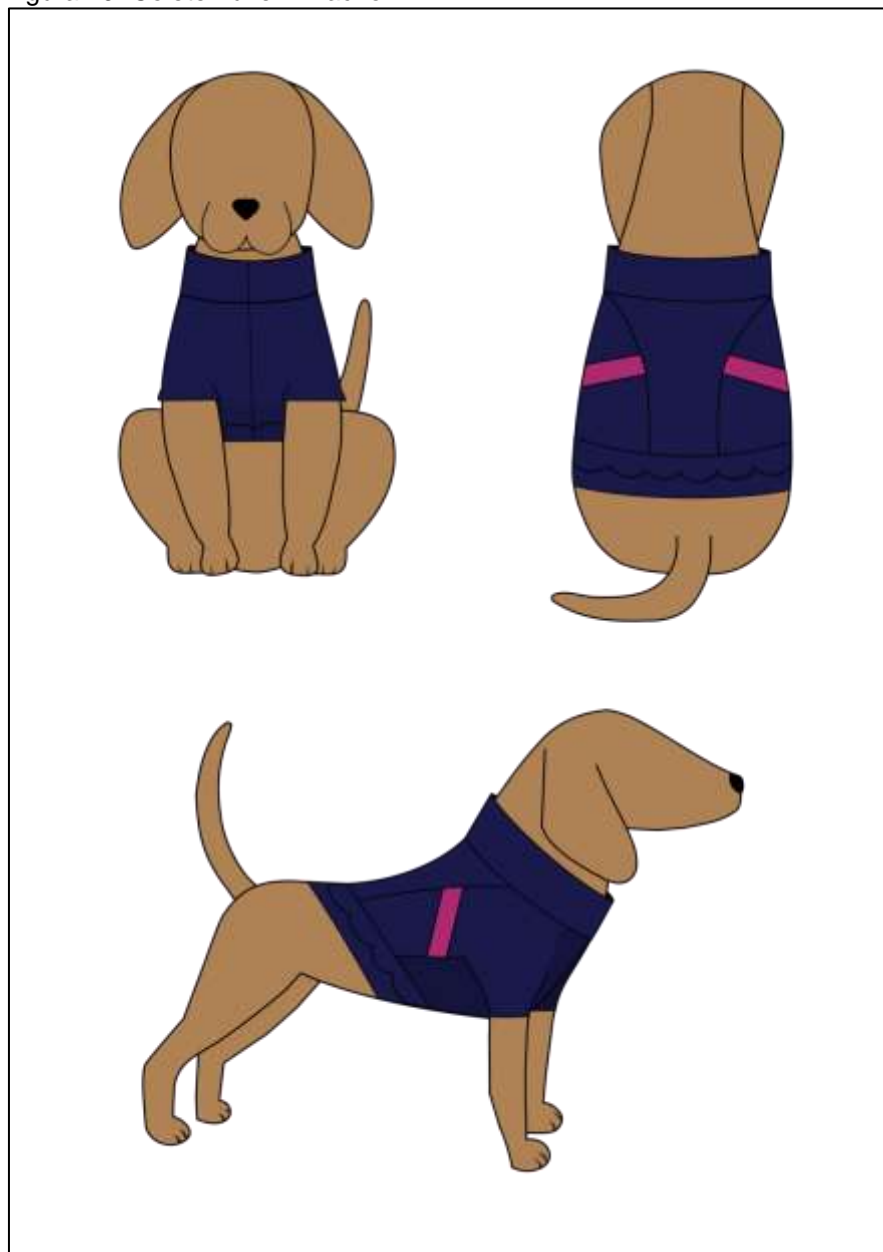
Figura 28: Vestido nuvem fêmea



Fonte: Arquivo do autor

Colete nuvem macho: apresenta gola escafandro, mangas curtas, recortes laterais e verticais, e recorte na barra com sobreposição em formato de nuvem. A parte dianteira possui fechamento em velcro.

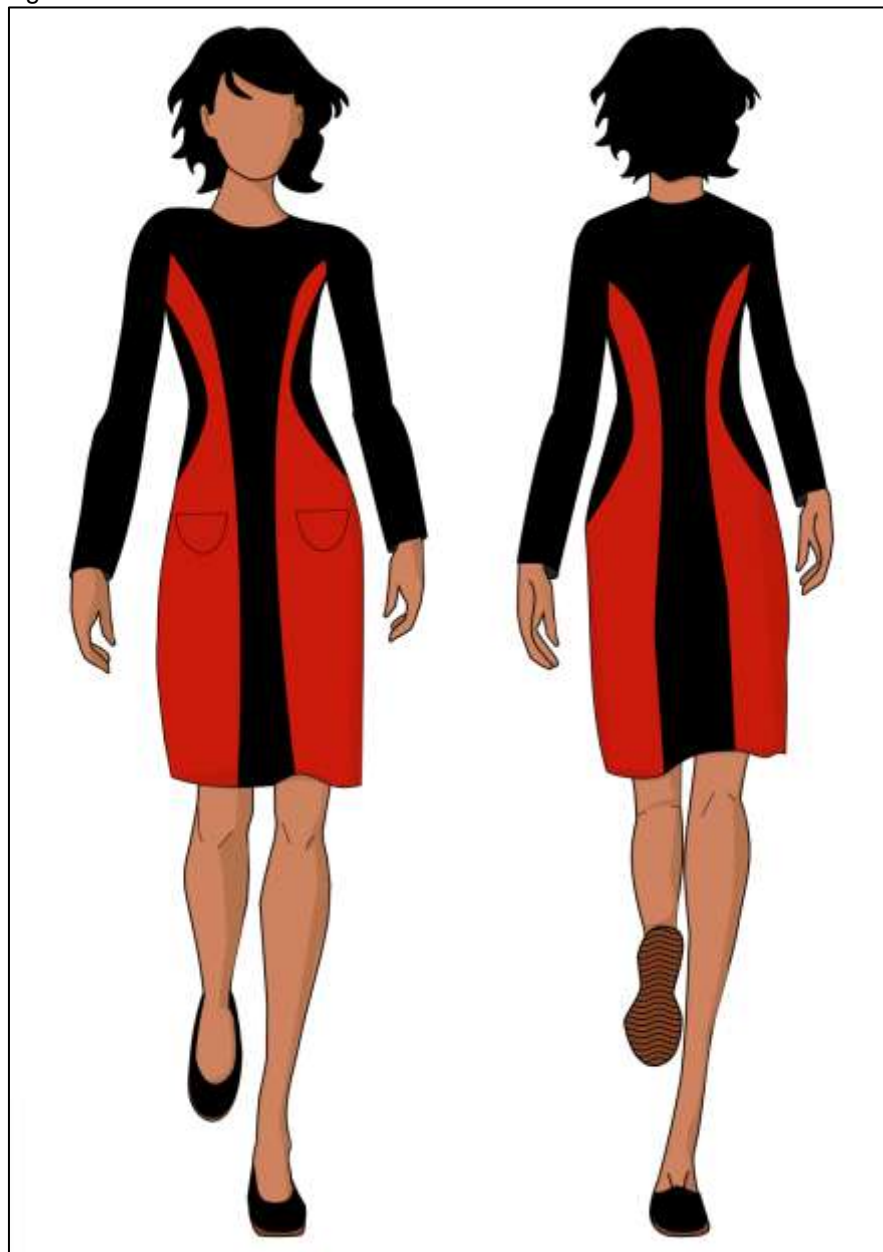
Figura 29: Colete nuvem macho



Fonte: Arquivo do autor

Vestido com recorte feminino: vestido evasê de comprimento médio, gola careca, mangas longas, bolsos arredondados, recortes verticais no dianteiro e traseiro, recortes laterais saindo da cava.

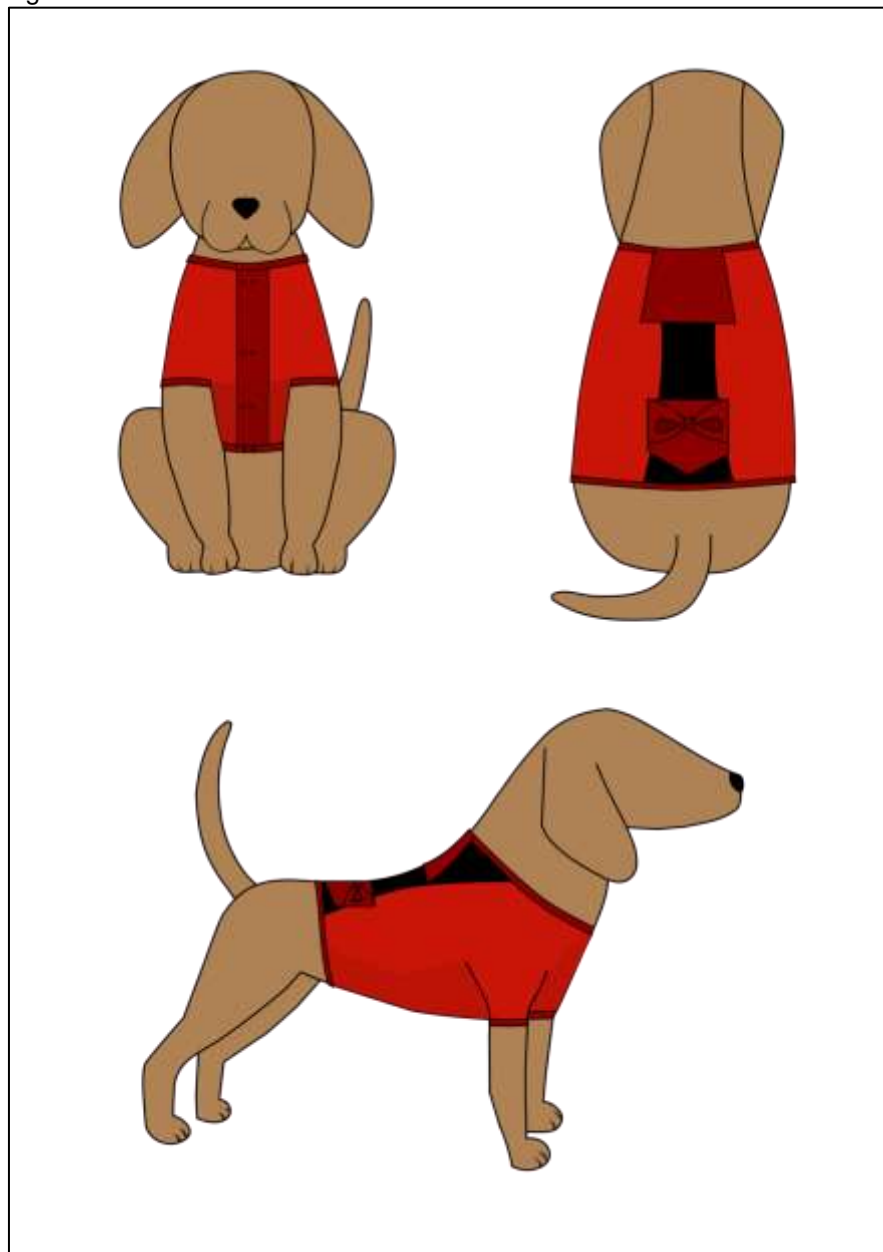
Figura 30: Vestido com recorte feminino



Fonte: Arquivo do autor

Colete com recorte fêmea: o dianteiro tem fechamento com regulagem de tamanhos e fechamento com botões de pressão. Manga curta com acabamento em viés. Na parte traseira possui recorte vertical arredondado, bolso com laço embutido e capa decorativa sobreposta.

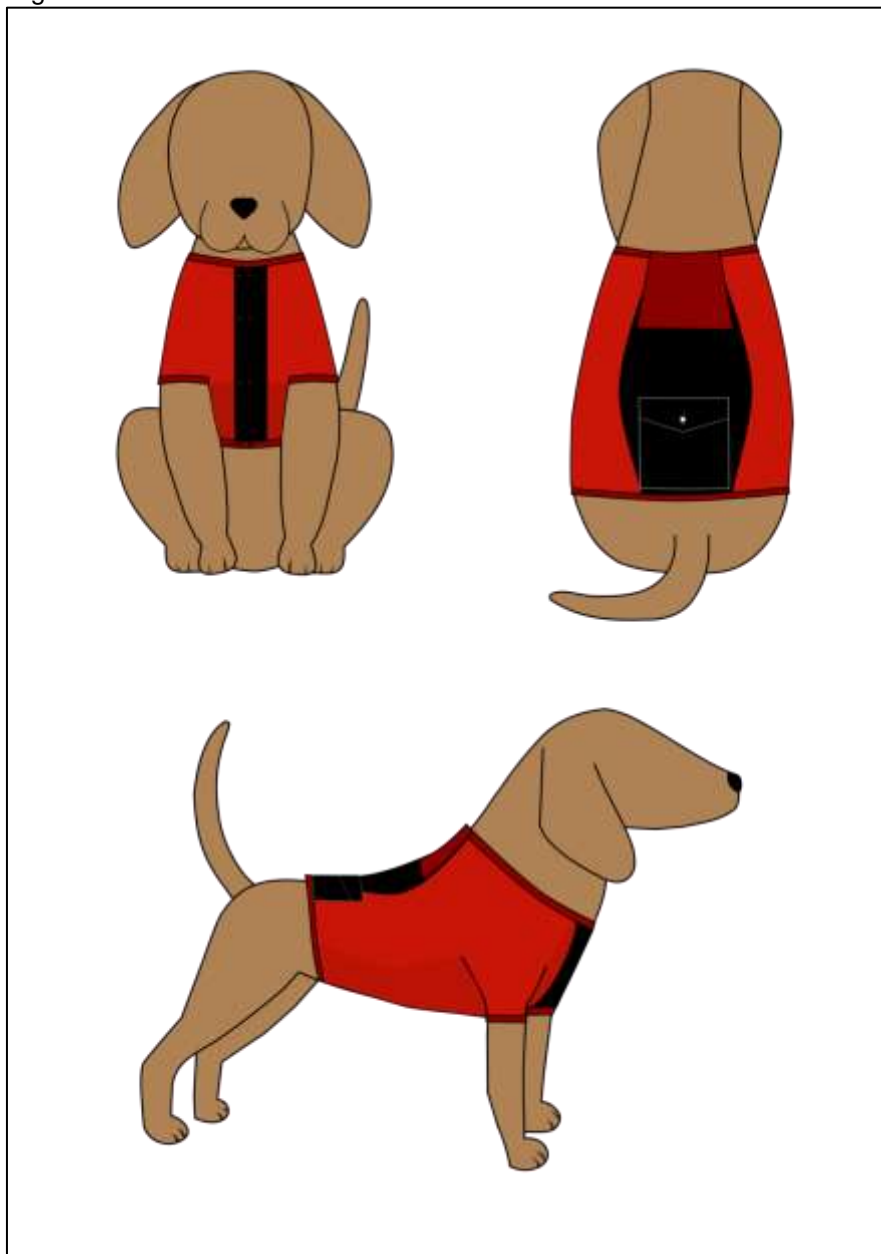
Figura 31: Colete com recorte fêmea



Fonte: Arquivo do autor

Colete com recorte macho: o dianteiro tem fechamento com regulagem de tamanhos e fechamento com botões de pressão. Na parte traseira tem recorte vertical arredondado, bolso quadrado com lapela e botão massa, acabamento em debrum nas partes inferior, superior e nas mangas, que são curtas.

Figura 32: Colete com recorte macho



Fonte: Arquivo do autor

Colete camuflado masculino: possui capuz com recorte, acabamento das cavas em debrum. O dianteiro possui fechamento em zíper, bolso canguru, recortes nas laterais do corpo, recorte de pala, lapela de bolso na pala com botões de massa, recorte na barra. O traseiro possui pala, recortes nas laterais do corpo, recorte na barra, e comprimento traseiro maior que o dianteiro. No acabamento da barra nas laterais da peça, a barra dianteira sobrepõe a traseira.

Figura 33: Colete camuflado masculino



Fonte: Arquivo do autor

Colete camuflado fêmea: possui capuz com recorte, mangas curtas raglan e acabamento em viés, o acabamento da barra é uma faixa drapeada, lapelas dos bolsos nas laterais da peça com botões de massa. O dianteiro possui fechamento com botões de pressão e opção de regulagem de tamanho no fechamento da peça. O traseiro tem pala e bolso canguru.

Figura 34: Colete camuflado fêmea



Fonte: Arquivo do autor



Colete camuflado macho: possui capuz com recorte, mangas curtas raglan e acabamento em viés, o acabamento da barra é uma faixa, lapelas dos bolsos nas laterais da peça com botão de massa. O dianteiro possui fechamento com botões de pressão e opção de regulagem de tamanho no fechamento da peça. O traseiro tem recorte e bolso canguru.

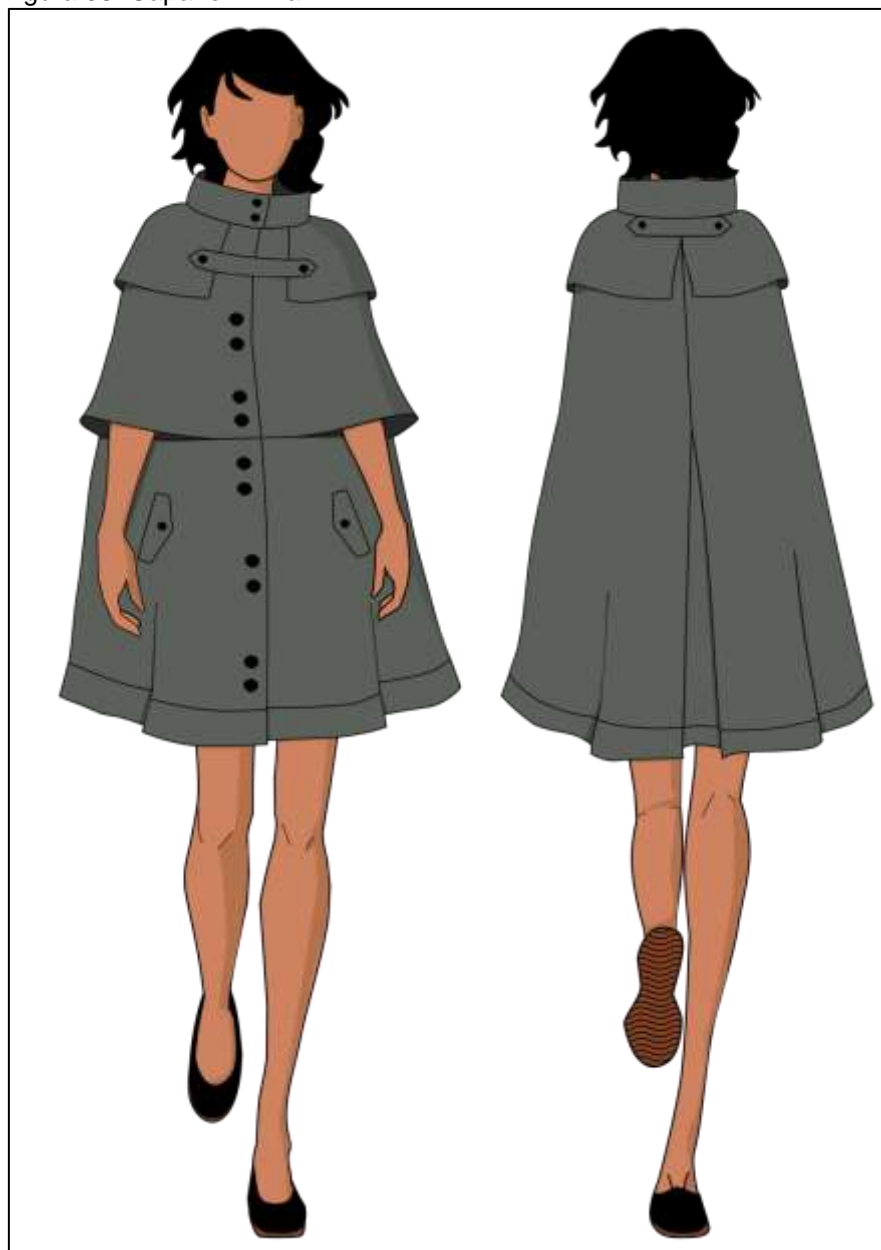
Figura 35: Colete camuflado macho



Fonte: Arquivo do autor

Capa feminina: possui comprimento acima do joelho, gola escafandro, pala sobreposta e recorte na barra. O dianteiro possui fechamento em botões de massa, com os botões dispostos em pares, bolsos com lapelas decorativas e a abertura dos bolsos é atrás das lapelas. No dianteiro, a pala sobreposta é presa por um martingale, entre a parte superior e a inferior do dianteiro existe uma abertura para a passagem dos braços, para dar acesso a utilização dos bolsos. O traseiro possui recorte na vertical que termina em prega fêmea, a pala sobreposta possui recorte no centro das costas e acabamento com martingale sobre ela.

Figura 36: Capa feminina



Fonte: Arquivo do autor

Capa fêmea: possui abertura na parte inferior, faixa de regulação em velcro na barriga, gola escafandro e recorte na barra. O dianteiro possui fechamento com botões de pressão e regulação para tamanhos diferentes. O traseiro possui pala sobreposta presa por um botão no centro, tem recorte vertical que termina em prega fêmea e lapelas de bolsos nas laterais. Os botões da pala e das lapelas são de massa.

Figura 37: Capa fêmea



Fonte: Arquivo do autor

Capa macho: possui abertura na parte inferior, faixa de regulagem em velcro na barriga, gola escafandro e recorte na barra. O dianteiro possui fechamento com botões de pressão e regulagem para tamanhos diferentes. O traseiro possui pala sobreposta com recorte no centro e botões como detalhes, tem dois martingales com botões de massa, o primeiro martingale é maior que o segundo.

Figura 38: Capa Macho



Fonte: Arquivo do autor

Casaco gola alta feminino: possui comprimento abaixo do quadril, gola alta com recorte e botões de massa, mangas longas com elásticos e levemente bufantes. O dianteiro possui fechamento assimétrico com zíper até o início do detalhe da gola e bolsos embutidos. O traseiro possui recorte de pala, recorte na vertical que termina em prega fêmea e botões de massa.

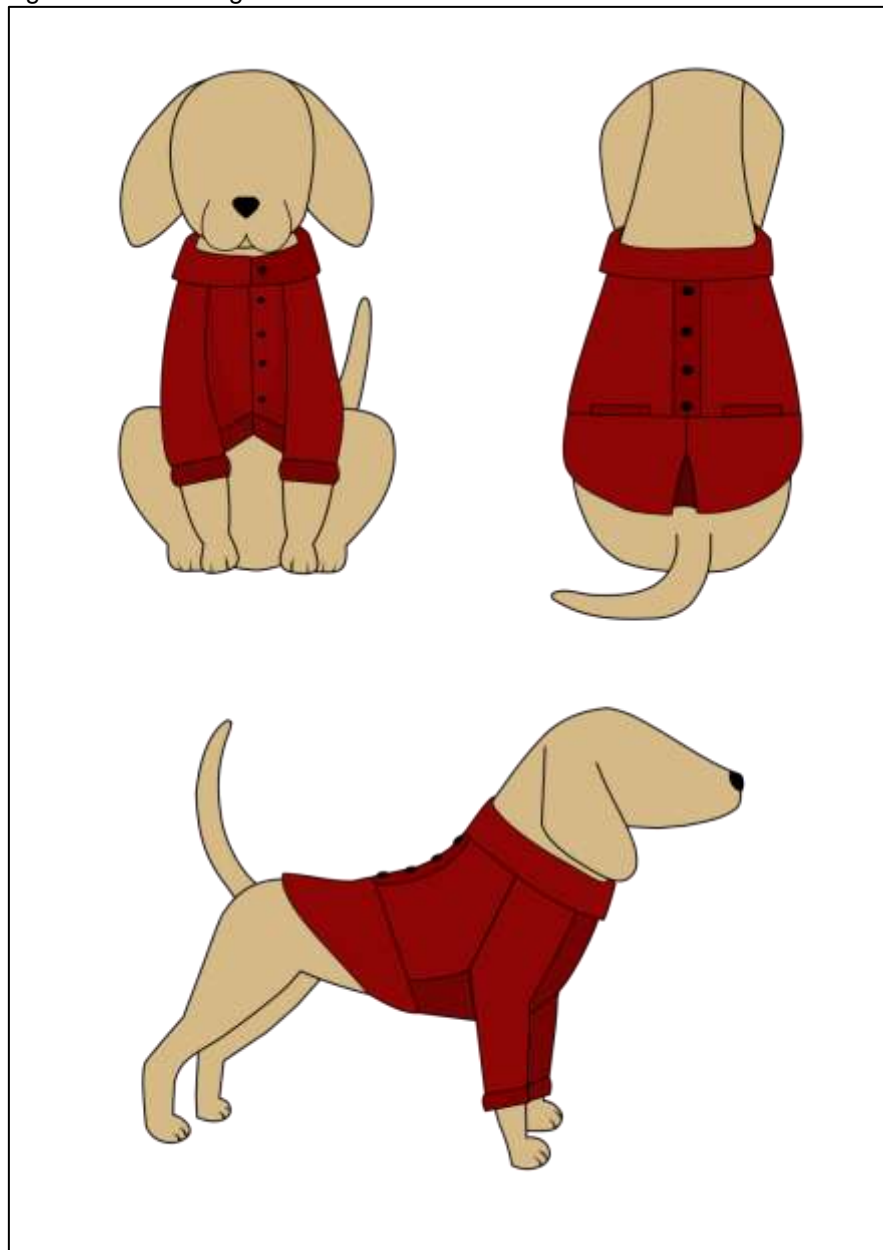
Figura 39: Casaco gola alta feminino



Fonte: Arquivo do autor

Casaco gola alta fêmea: possui gola palhaço, mangas longas raglan com acabamento de barra italiana. O dianteiro tem fechamento com regulagem para tamanhos diferentes e fechamento com botões de pressão. O traseiro possui recorte na cintura, a parte superior possui bolsos embutidos falsos e detalhe de vista falsa com botões de massa, a parte inferior possui prega fêmea e a barra é arredondada.

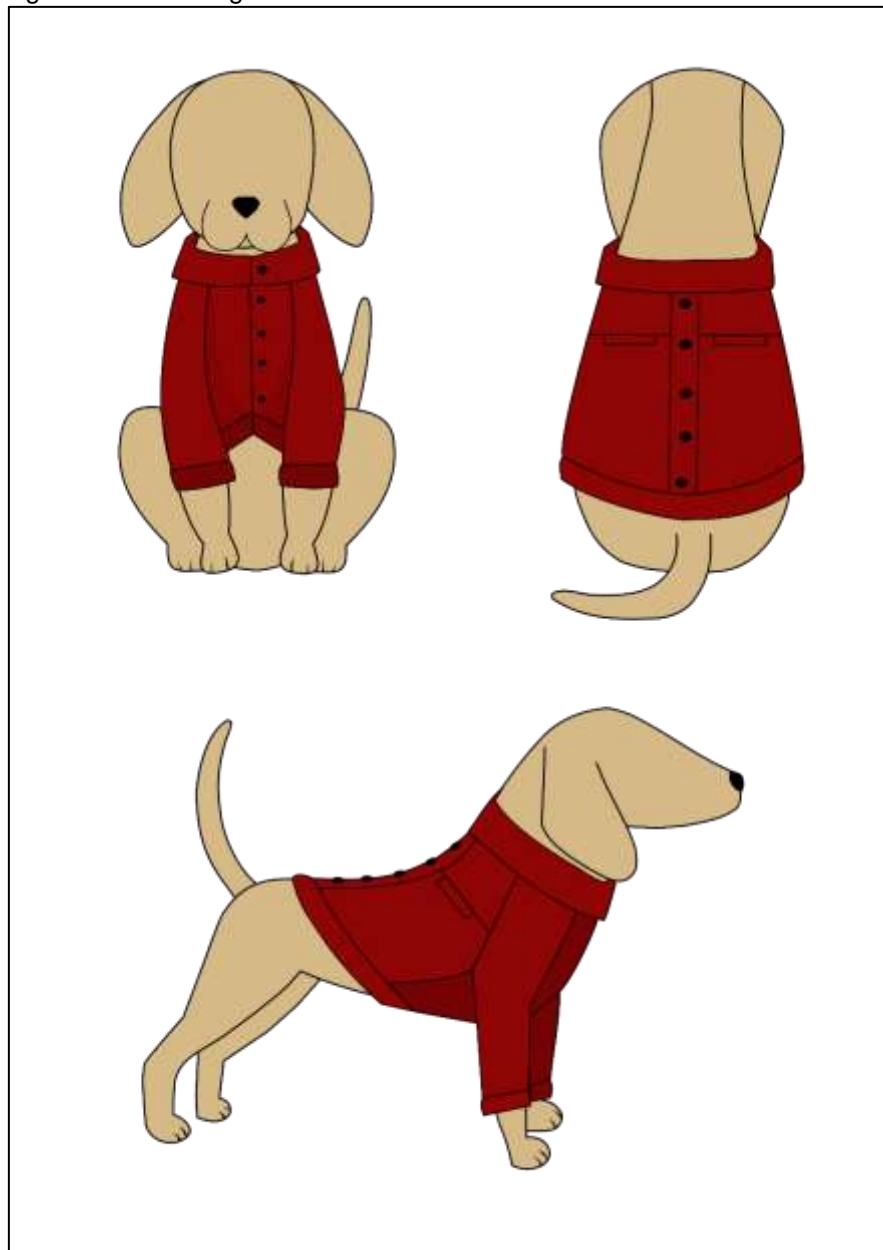
Figura 40: Casaco gola alta fêmea



Fonte: Arquivo do autor

Casaco gola alta macho: possui gola palhaço, mangas longas com recorte raglan e acabamento de barra italiana. O dianteiro tem fechamento com regulagem para tamanhos diferentes e fechamento com botões de pressão. O traseiro possui pala com detalhe de bolsos embutidos falsos, vista falsa com botões de massa, recorte arredondado na barra.

Figura 41: Casaco gola alta macho



Fonte: Arquivo do autor

Casaco assimétrico feminino: possui comprimento curto, gola em pontas com acabamento em debrum, mangas longas, bolsos embutidos laterais e fechamento assimétrico com botões.

Figura 42: Casaco assimétrico

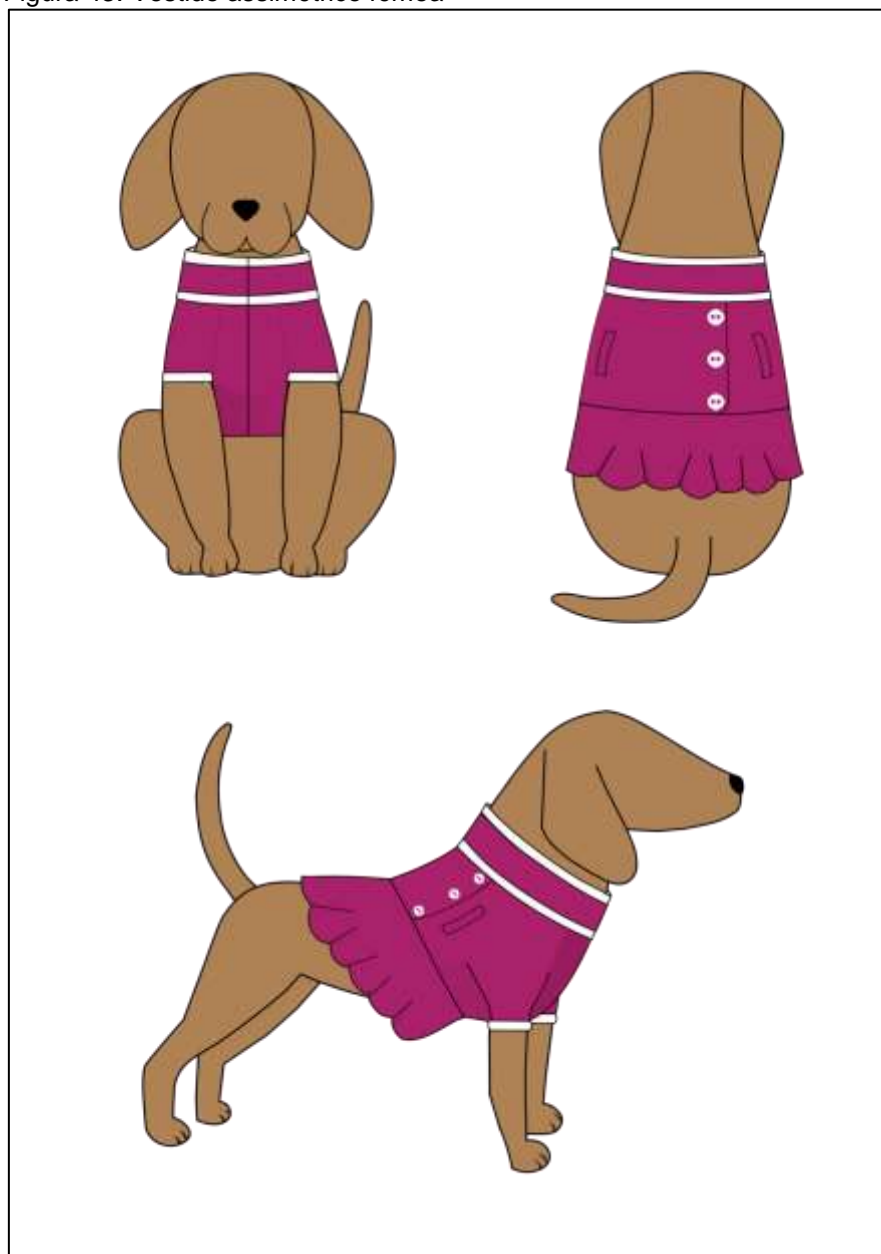


Fonte: Arquivo do autor



Vestido assimétrico fêmea: apresenta corpo baixo, gola escafandro com acabamento em debrum, mangas curtas com recorte na barra, bolsos embutidos falsos e saia levemente franzida. Na parte traseira, possui recorte assimétrico com botões falsos, e na dianteira, fechamento em velcro.

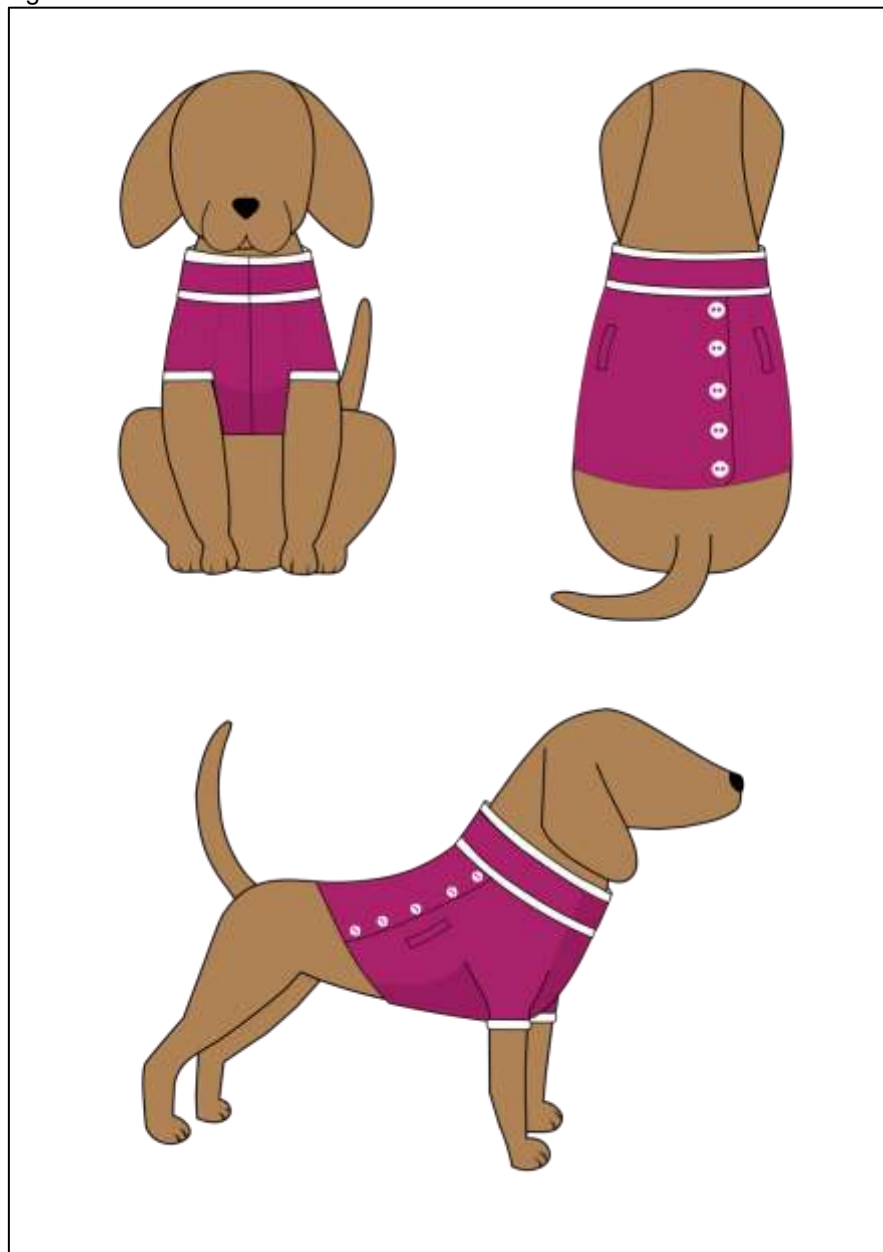
Figura 43: Vestido assimétrico fêmea



Fonte: Arquivo do autor

Colete assimétrico macho: apresenta gola escafandro com acabamento em debrum, mangas curtas com recorte na barra e bolsos embutidos falsos. Na parte traseira, possui recorte assimétrico com botões falsos, e na dianteira, fechamento em velcro.

Figura 44: Colete assimétrico macho



Fonte: Arquivo do autor

Casaco martingale masculino: casaco de modelagem reta e comprimento abaixo do quadril, gola escafandro e mangas longas com martingales. O dianteiro possui pala com recortes nos ombros, lapelas de bolsos saindo da pala, recortes verticais, bolsos com lapelas sobrepostas e abertura dos bolsos por trás dessas lapelas e fechamento da peça por botões de massa. A parte traseira possui pala sobreposta e presa na parte inferior por botão e recorte no centro das costas que termina com uma prega fêmea.

Figura 45: Casaco martingale masculino



Fonte: Arquivo do autor

Casaco martingale fêmea: possui gola palhaço, mangas longas com martingales. O dianteiro tem fechamento com regulagem para tamanhos diferentes e fechamento com botões de pressão. O traseiro tem recorte vertical que termina com prega fêmea, dois martingales que sobrepõe uma faixa na cintura, botões de massa nos martingales das mangas e da cintura.

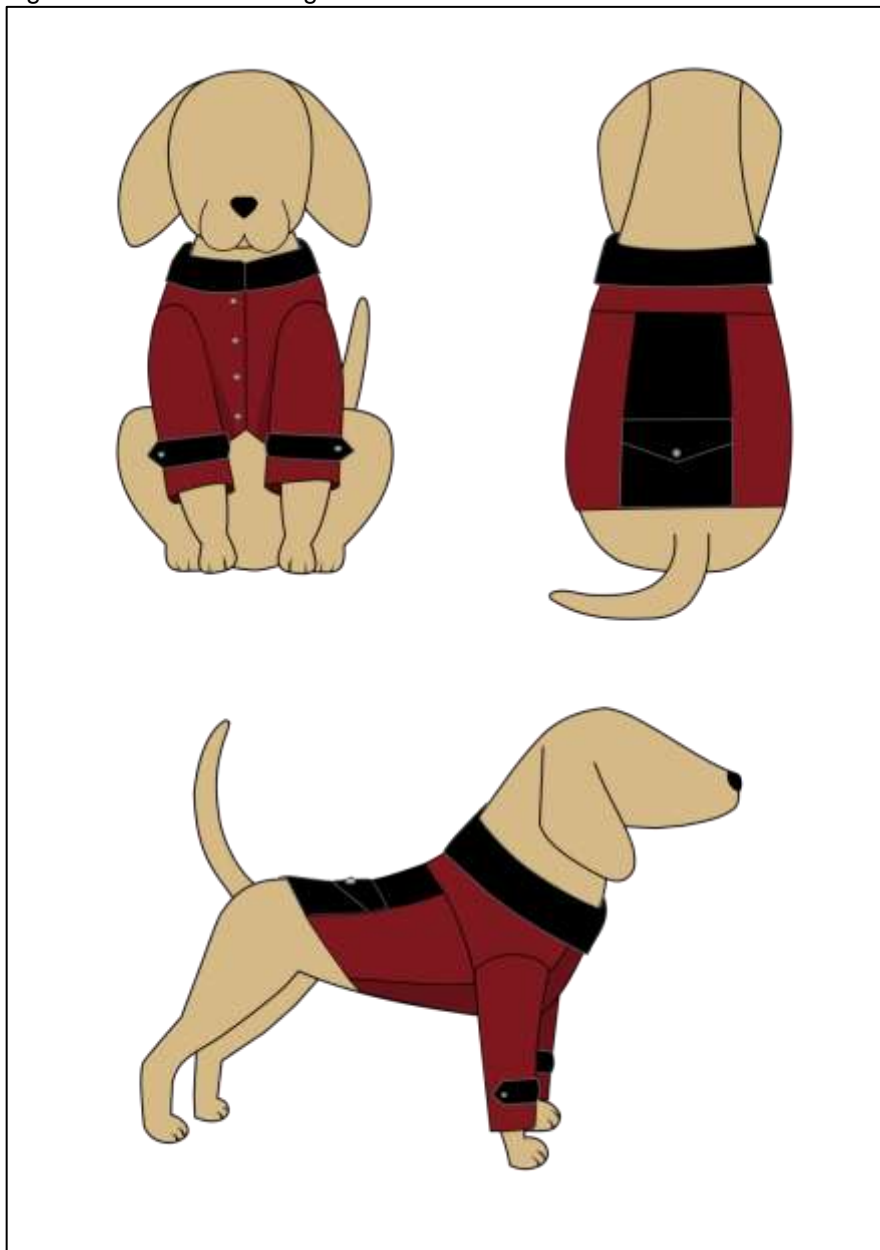
Figura 46: Casaco martingale fêmea



Fonte: Arquivo do autor

Casaco martingale macho: possui gola palhaço, mangas longas com martingales. O dianteiro possui fechamento com botões de pressão e opção de regulação de tamanho no fechamento da peça. O traseiro tem pala, recortes verticais, bolso falso com lapela decorativa, botões de massa na lapela do bolso e nos martingales.

Figura 47: Casaco martingale macho



Fonte: Arquivo do autor

Moletom masculino: apresenta gola alta e recorte com botões de massa, mangas longas e recorte na barra. No dianteiro possui bolso decorativo na parte superior e bolso canguru na parte inferior. Têm recortes verticais na traseira.

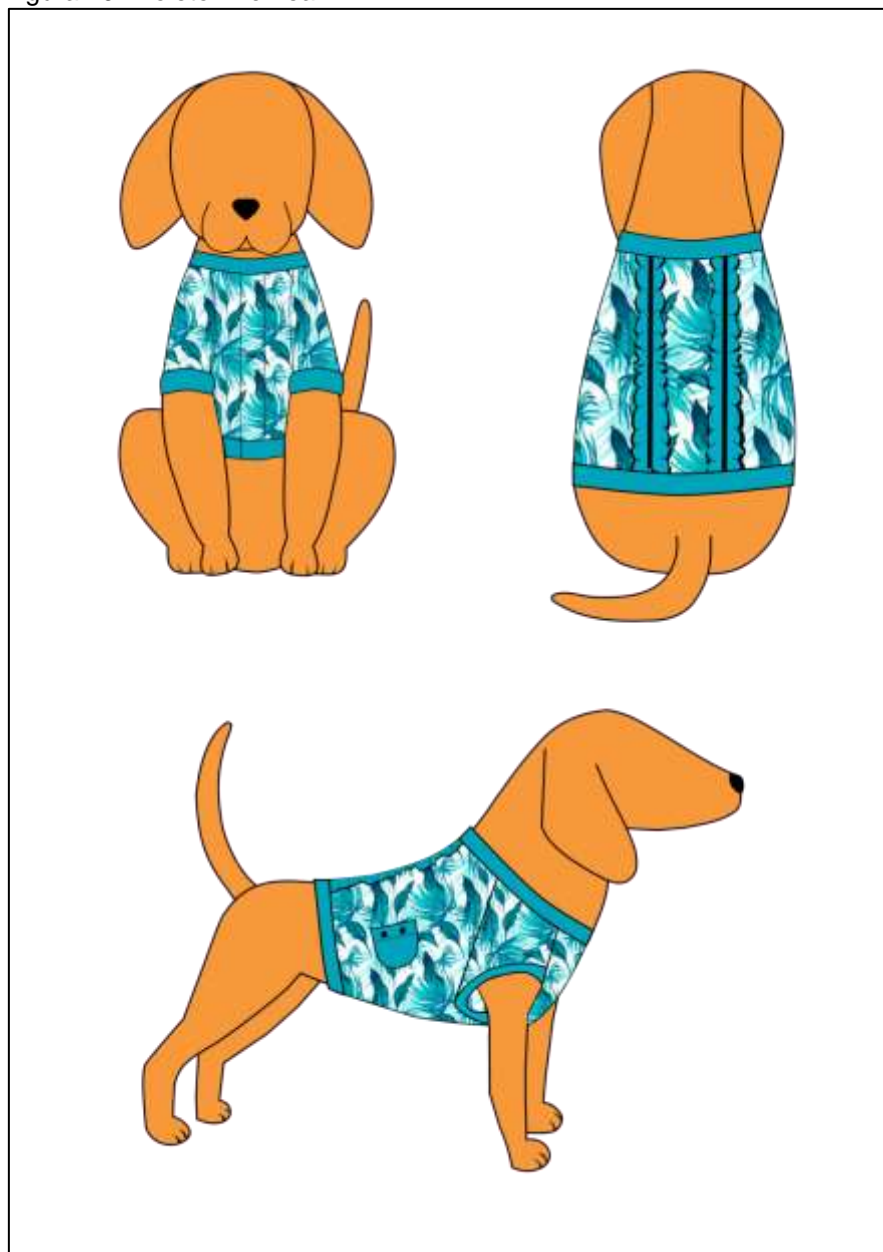
Figura 48: Moletom masculino



Fonte: Arquivo do autor

Moletom fêmea: apresenta gola alta e recorte na barra. A parte dianteira tem fechamento com regulagem de tamanhos e fechamento com botões de pressão. As mangas raglan são curtas e com acabamento em viés. A parte traseira têm dois recortes com babados. Nas laterais possuem bolsos arredondados e com botões de massa decorativos.

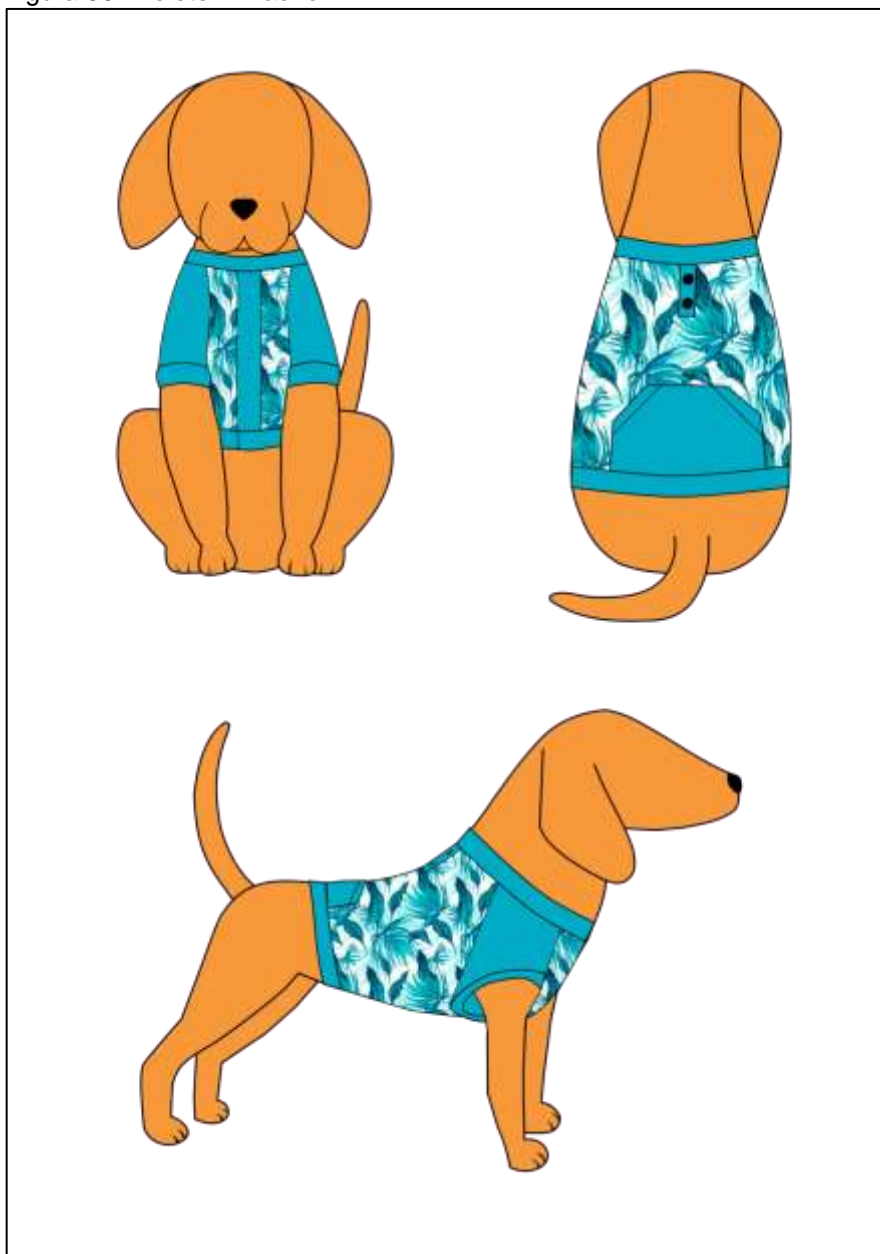
Figura 49: Moletom fêmea



Fonte: Arquivo do autor

Moletom macho: apresenta gola alta e recorte na barra. A parte dianteira tem fechamento com regulagem de tamanhos e fechamento com botões de pressão. As mangas raglan são curtas com acabamento em viés. No traseiro possui bolso canguru e detalhe de vista com botões de massa decorativos.

Figura 50: Moletom macho



Fonte: Arquivo do autor



Blusa de moletom com capuz feminino: blusa de comprimento curto, mangas longas, recorte em pala dianteiro e traseiro, punho nas barras, bolso canguru e capuz.

Figura 51: Blusa de moletom com capuz feminino



Fonte: Arquivo do autor

Blusa de moletom com capuz cão unissex: apresenta mangas curtas, recorte em pala dianteiro e traseiro, punho nas barras, bolso canguru e capuz.

Figura 52: Blusa de moletom com capuz cão unissex



Fonte: Arquivo do autor

Casaco bicolor família feminino: possui gola careca, mangas longas com recorte. No dianteiro tem fechamento assimétrico com acabamento em debrum, botões forrados e bolsos nas laterais. No traseiro possui recorte lateral.

Figura 53: Casaco bicolor família feminino



Fonte: Arquivo do autor

Casaco bicolor família masculino: possui gola careca com acabamento em debrum, mangas longas com recorte. No dianteiro tem fechamento com zíper e martingale, botões forrados e bolsos nas laterais. No traseiro possui recorte no centro.

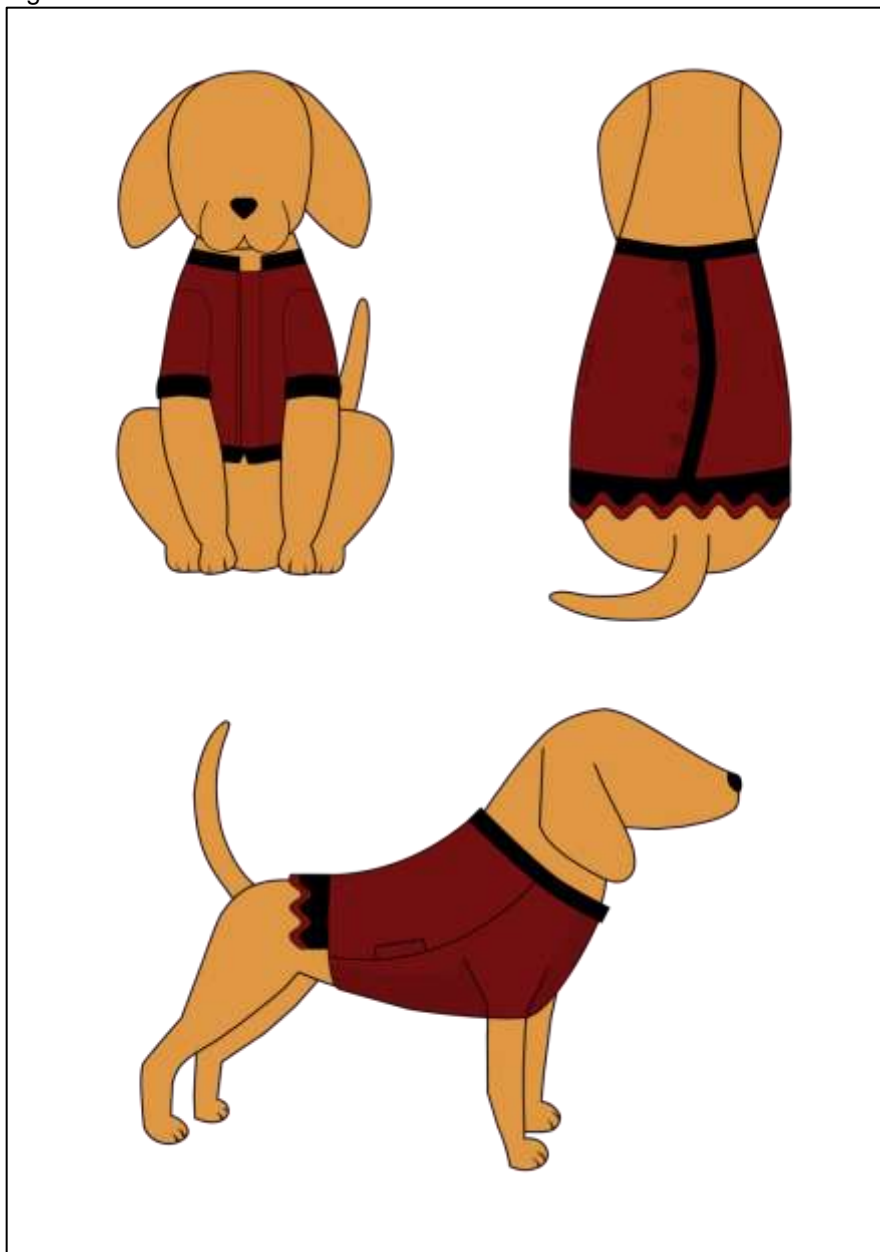
Figura 54: Casaco bicolor família masculino



Fonte: Arquivo do autor

Casaco bicolor família fêmea: possui gola chinesa, na parte dianteira tem fechamento com regulagem de tamanhos e fechamento com botões de pressão. Na parte traseira tem recorte assimétrico com babado duplo e nas laterais bolsos embutidos falsos.

Figura 55: Casaco bicolor família fêmea



Fonte: Arquivo do autor

Casaco bicolor família macho: possui gola chinesa, na parte dianteira tem fechamento com regulagem de tamanhos e fechamento com botões de pressão. Na parte traseira tem martingales e o acabamento da barra em viés. Nas laterais possui bolsos embutidos falsos.

Figura 56: Casaco bicolor família macho



Fonte: Arquivo do autor

## 7 PEÇAS CONFECCIONADAS

Para a apresentação do projeto de coleção “Aconchego” elaborado pela marca Farejamor, foram selecionadas seis peças a serem confeccionadas para a exposição, sendo três de humanos: vestido jeans feminino, casaco bicolor feminino e colete camuflado masculino; e três de cães: vestido jeans fêmea, colete bicolor macho e colete camuflado fêmea.


### 7.1 *Fichas técnicas*

A ficha técnica de confecção seguida pela marca, contém informações sobre detalhes da roupa a ser confeccionada. Os dados contidos devem ser completos, claros e precisos, pois sua correta aplicação corresponde na qualidade da peça, otimização de tempo e custo.

Tabela 9: Ficha técnica vestido jeans feminino

<i>Farejanor</i>		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUTO</b>	
<b>CÓD. ARTIGO:</b> Ah1VP		<b>MODELO:</b> Vestido jeans feminino	<b>COLEÇÃO:</b> Aconchego - Inverno 2019
<b>COR:</b> Azul		<b>GRADE DE TAMANHOS:</b> PP, P, M, G, GG	
<b>DESCRIÇÃO:</b> Vestido jeans evasê com sobreposição em formato de nuvem			
<b>DIANTEIRO</b>		<b>TRASEIRO</b>	
<b>DETALHAMENTO DO PRODUTO</b>			
1	Gola chinesa	6	Recorte em babado
2	Vista	7	Manga comprida com recorte no ombro
3	Botões de massa	8	Elástico
4	Bolsos arredondados	9	Recorte no centro
5	Sobreposição nuvem		




TECIDOS						
TECIDO	NOME COMERCIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO (%)	LARGURA (m)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Jeans	Tecidos Aliança	72% algodão 25% poliéster 3% elastano	1,50	1,70	25,33
<b>TOTAL</b>						R\$25,33
AMOSTRAS DE TECIDOS						
<p><b>Lavagem doméstica comum:</b> nenhuma transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Lavagem doméstica com cloro:</b> nenhuma transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Encolhimento do tecido:</b> 5% no urdume e 5% na trama</p>						
						

LINHAS						
LINHA	FORNECEDOR	REFERÊNCIA	TÍTULO	COMPOSIÇÃO (%)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Setta	803	Tex 28	100% poliéster	35,88	0,07
2	Bonfio	000060	Tex 18	100% poliéster	23,64	0,02
<b>TOTAL</b>						R\$0,09

AVIAMENTOS					
TIPO	FORNECEDOR	COR	APLICAÇÃO	CONSUMO	CUSTO (R\$)
Botão de massa 15mm	Larose	Branco e azul	Fechamento da peça	9 unidades	2,70
Elástico 5mm	Larose	Preto	Ajuste da manga	1,06 metros	1,91
<b>TOTAL</b>					R\$4,61

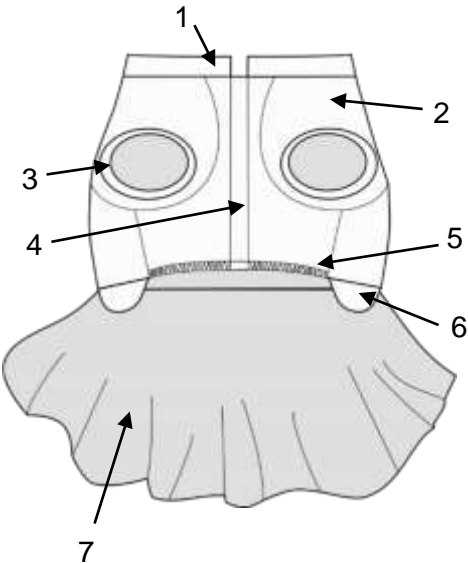
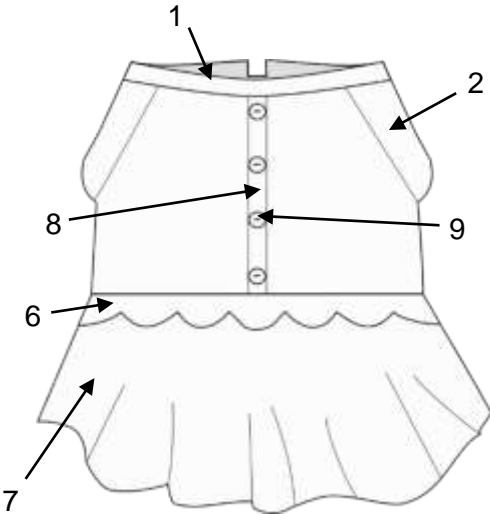
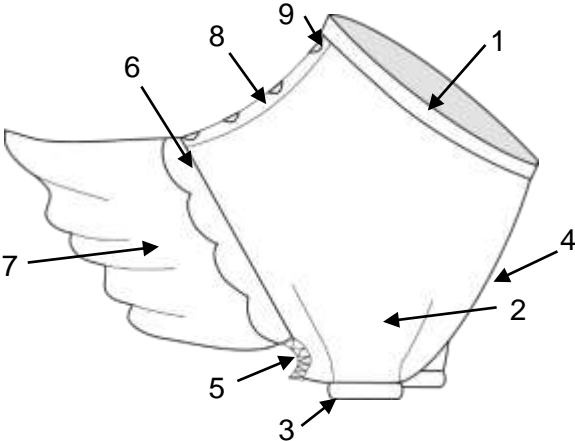
<b>AMOSTRAS DOS AVIAMENTOS</b>	
	

<b>MÁQUINAS E COSTURA</b>	<b>ETIQUETAS</b>	
<p>Pontos por centímetro: 3 pontos  Máquina overloque ponto chuleado  Máquina reta ponto fixo 301  Máquina caseadeira'</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>Confecções Farejamor  CNPJ  XX.XXX.XXX/XXXX-XX  72% Algodão  25% Poliéster  3% Elastano  Tamanho P  Indústria Brasileira</p> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div>	
	<b>TOTAL</b>	R\$1,10

<b>CUSTO TOTAL DE MATÉRIA-PRIMA</b>	R\$31,13/peça
-------------------------------------	---------------

Fonte: Arquivo do autor

Tabela 10: Ficha técnica vestido jeans fêmea


<i>Farejanor*</i>		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUTO</b>	
<b>CÓD. ARTIGO:</b> Ac3VM		<b>MODELO:</b> Vestido jeans fêmea	<b>COLEÇÃO:</b> Aconchego - Inverno 2019
<b>COR:</b> Azul		<b>GRADE DE TAMANHOS:</b> PP, P, M, G, GG	
<b>DESCRIÇÃO:</b> Vestido jeans de saia franzida com sobreposição em formato de nuvem			
<b>DIANTEIRO</b>		<b>TRASEIRO</b>	
			
<b>LATERAL</b>			
			
<b>DETALHAMENTO DO PRODUTO</b>			
1	Gola chinesa	6	Sobreposição nuvem
2	Manga raglan	7	Saia franzida arredondada
3	Recorte na barra da manga	8	Vista falsa
4	Velcro	9	Botões de massa
5	Elástico		

TECIDOS						
TECIDO	NOME COMERCIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO (%)	LARGURA (m)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Jeans	Tecidos Aliança	72% algodão 25% poliéster 3% elastano	1,50	0,50	7,45
<b>TOTAL</b>						R\$7,45
AMOSTRAS DE TECIDOS						
<p><b>Lavagem doméstica comum:</b> nenhuma transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Lavagem doméstica com cloro:</b> nenhuma transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Encolhimento do tecido:</b> 5% no urdume e 5% na trama</p>						
						

LINHAS						
LINHA	FORNECEDOR	REFERÊNCIA	TÍTULO	COMPOSIÇÃO (%)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Setta	803	Tex 28	100% poliéster	33,37	0,06
2	Bonfio	000060	Tex 18	100% poliéster	14,82	0,01
<b>TOTAL</b>						R\$0,07

AVIAMENTOS					
TIPO	FORNECEDOR	COR	APLICAÇÃO	CONSUMO	CUSTO (R\$)
Botão de massa 15mm	Larose	Branco e azul	Vista falsa	4 unidades	1,20
Velcro 15mm	Larose	Preto	Fechamento da peça	22 centímetros	0,66
Elástico 5mm	Larose	Preto	Ajuste da peça	30 centímetros	0,54
<b>TOTAL</b>					R\$2,40

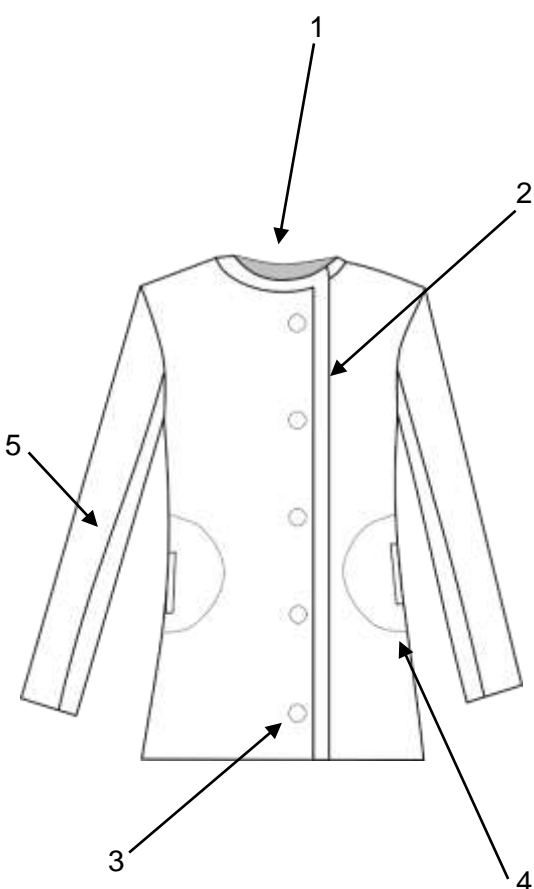
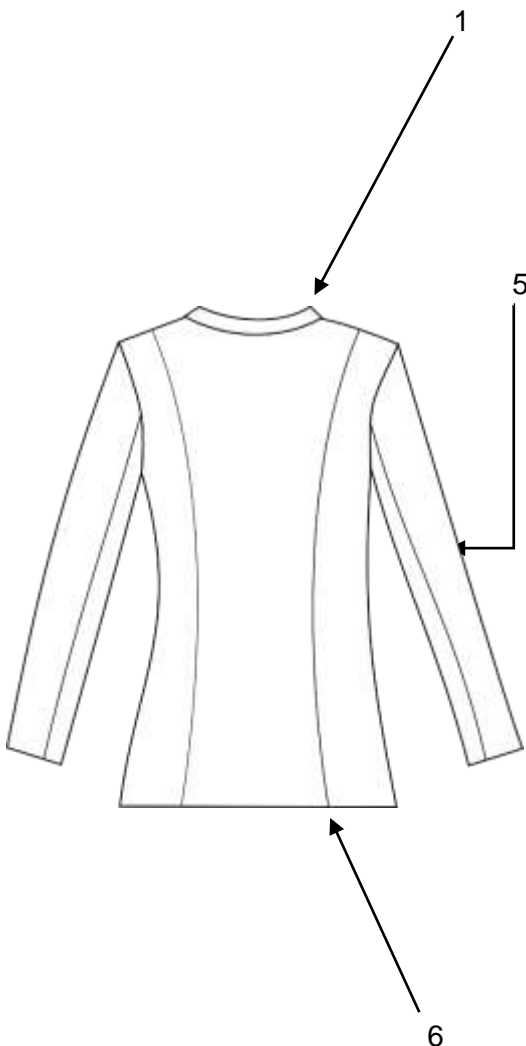
AMOSTRAS DOS AVIAMENTOS		
		



MÁQUINAS E COSTURA	ETIQUETAS	
<p>Pontos por centímetro: 3 pontos  Máquina overloque ponto chuleado  Máquina reta ponto fixo 301  Máquina caseadeira</p>	<p>Confecções Farejamor  CNPJ  XX.XXX.XXX/XXXX-XX  72% Algodão  25% Poliéster  3% Elastano  Tamanho M  Indústria Brasileira</p>	
	<b>TOTAL</b>	R\$1,10

<b>CUSTO TOTAL DE MATÉRIA-PRIMA</b>	R\$11,02/peça
-------------------------------------	---------------

Fonte: arquivo do autor


Tabela 11: Ficha técnica casaco bicolor feminino

<i>Farejanor</i>		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUTO</b>	
<b>CÓD. ARTIGO:</b> Ah1CM		<b>MODELO:</b> Casaco bicolor feminino	<b>COLEÇÃO:</b> Aconchego - Inverno 2019
<b>COR:</b> Azul mescla/ vermelho mescla		<b>GRADE DE TAMANHOS:</b> PP, P, M, G, GG	
<b>DESCRIÇÃO:</b> Casaco com fechamento assimétrico, bolsos laterais e detalhes em debrum			
<b>DIANTEIRO</b>		<b>TRASEIRO</b>	
			
<b>DETALHAMENTO DO PRODUTO</b>			
1	Gola chinesa	4	Bolsos
2	Acabamento em debrum	5	Recorte na manga
3	Botões forrados	6	Recorte vertical

TECIDOS						
TECIDO	NOME COMERCIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO (%)	LARGURA (m)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Moletom azul	Sol-Lá-Si	50% algodão 50% poliéster	1,80	0,60	12,00
2	Moletom vermelho	Sol-Lá-Si	50% algodão 50% poliéster	1,80	1,35	27,00
<b>TOTAL</b>						R\$39,00
AMOSTRAS DE TECIDOS						
<p><b>Lavagem doméstica comum:</b> nenhuma transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Lavagem doméstica com cloro:</b> média transferência de cor, médio desbotamento</p> <p><b>Encolhimento do tecido:</b> nenhum</p>			<p><b>Lavagem doméstica comum:</b> baixa transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Lavagem doméstica com cloro:</b> alta transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Encolhimento do tecido:</b> nenhum</p>			
						

LINHAS						
LINHA	FORNECEDOR	REFERÊNCIA	TÍTULO	COMPOSIÇÃO (%)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Kalina Ind. Fios	002172	Tex 29	100% poliéster	15,26	0,06
2	Cotan	2002	Tex 19,6	100% viscose	4,92	0,02
<b>TOTAL</b>						R\$0,08

AVIAMENTOS					
TIPO	FORNECEDOR	COR	APLICAÇÃO	CONSUMO	CUSTO (R\$)
Botão forrado 28 mm	Princesinha	Vermelho mescla	Fechamento da peça	5 unidades	2,50
<b>TOTAL</b>					R\$2,50
AMOSTRAS DOS AVIAMENTOS					
					

MÁQUINAS E COSTURA	ETIQUETAS	
Pontos por centímetro: 3 pontos Máquina overloque ponto chuleado Máquina reta ponto fixo 301 Máquina caseadeira	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>Confecções Farejamor</p> <p>CNPJ</p> <p>XX.XXX.XXX/XXXX-XX</p> <p>50% Algodão</p> <p>50% Poliéster</p> <p>  </p> <p>Tamanho M</p> <p>Indústria Brasileira</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p style="font-family: cursive; font-size: 1.2em;">Farejamor®</p> </div>	
	<b>TOTAL</b>	R\$1,10



<b>CUSTO TOTAL DE MATÉRIA-PRIMA</b>	R\$42,68/peça
-------------------------------------	---------------

Fonte: Arquivo do autor





Tabela 12: Ficha técnica casaco bicolor macho

<i>Farejador</i>		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUTO</b>	
<b>CÓD. ARTIGO:</b> Ac4KP	<b>MODELO:</b> Casaco bicolor macho	<b>COLEÇÃO:</b> Aconchego - Inverno 2019	
<b>COR:</b> Azul mescla/ vermelho mescla		<b>GRADE DE TAMANHOS:</b> PP, P, M, G, GG	
<b>DESCRIÇÃO:</b> Casaco com fechamento em velcro e detalhes de martingale e bolso embutido falso			
<b>DIANTEIRO</b>		<b>TRASEIRO</b>	
<b>LATERAL</b>			
<b>DETALHAMENTO DO PRODUTO</b>			
1	Gola chinesa	5	Martingale com botão forrado
2	Fechamento com velcro	6	Bolso embutido falso
3	Manga raglan	7	Barra
4	Detalhe de faixa	8	

TECIDOS						
TECIDO	NOME COMERCIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO (%)	LARGURA (m)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Moletom azul	Sol-Lá-Si	50% algodão 50% poliéster	1,80	0,30	6,00
2	Moletom vermelho	Sol-Lá-Si	50% algodão 50% poliéster	1,80	0,20	4,00
<b>TOTAL</b>						R\$10,00
AMOSTRAS DE TECIDOS						
<p><b>Lavagem doméstica comum:</b> nenhuma transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Lavagem doméstica com cloro:</b> média transferência de cor, médio desbotamento</p> <p><b>Encolhimento do tecido:</b> nenhum</p>			<p><b>Lavagem doméstica comum:</b> baixa transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Lavagem doméstica com cloro:</b> alta transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Encolhimento do tecido:</b> nenhum</p>			
						

LINHAS						
LINHA	FORNECEDOR	REFERÊNCIA	TÍTULO	COMPOSIÇÃO (%)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Kalina Ind. Fios	002172	Tex 29	100% poliéster	15,26	0,05
2	Cotan	2002	Tex 19,6	100% viscose	4,92	0,01
<b>TOTAL</b>						R\$0,06

AVIAMENTOS					
TIPO	FORNECEDOR	COR	APLICAÇÃO	CONSUMO	CUSTO (R\$)
Botão forrado 18 mm	Princesinha	Vermelho mescla	Martingales	3 unidades	1,50
Velcro 15 mm	Larose	Preto	Fechamento da peça	22 centímetros	0,60
<b>TOTAL</b>					R\$2,10
AMOSTRAS DOS AVIAMENTOS					
 					



MÁQUINAS E COSTURA	ETIQUETAS	
<p>Pontos por centímetro: 3 pontos  Máquina overloque ponto chuleado  Máquina reta ponto fixo 301  Máquina caseadeira</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Confecções Farejador  CNPJ  XX.XXX.XXX/XXXX-XX  50% Algodão  50% Poliéster</p>  <p>Tamanho P  Indústria Brasileira</p> </div>	
	<b>TOTAL</b>	R\$1,10

<b>CUSTO TOTAL DE MATÉRIA-PRIMA</b>	R\$13,26/peça
-------------------------------------	---------------

Fonte: arquivo do autor

Tabela 13: Ficha técnica colete camuflado masculino

<i>Farejanor*</i>		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUTO</b>	
<b>CÓD. ARTIGO:</b> Ah2KM	<b>MODELO:</b> Colete camuflado masculino	<b>COLEÇÃO:</b> Aconchego - Inverno 2019	
<b>COR:</b> Azul/ azul estampado		<b>GRADE DE TAMANHOS:</b> PP, P, M, G, GG	
<b>DESCRIÇÃO:</b> Colete masculino com capuz, bolso canguru e comprimento traseiro maior que o dianteiro			
<b>DIANTEIRO</b>		<b>TRASEIRO</b>	
<b>DETALHAMENTO DO PRODUTO</b>			
1	Capuz com recorte	6	Bolso canguru
2	Pala dianteira	7	Barra arredondada
3	Lapela de bolso falso com botão de massa	8	Comprimento dianteiro mais curto que o traseiro
4	Acabamento da cava em viés	9	Pala traseira
5	Recortes nas laterais	10	Detalhe da barra dianteira que sobrepõe a traseira

TECIDOS						
TECIDO	NOME COMERCIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO (%)	LARGURA (m)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Jeans	Super Têxtil	100% algodão	1,50	0,60	11,94
2	Moletom	Kilão	100% algodão	1,80	0,60	16,20
<b>TOTAL</b>						R\$28,14
AMOSTRAS DE TECIDOS						
<p><b>Lavagem doméstica comum:</b> média transferência de cor, baixo desbotamento</p> <p><b>Lavagem doméstica com cloro:</b> baixa transferência de cor, baixo desbotamento</p> <p><b>Encolhimento do tecido:</b> 8,3% no urdume e 0% na trama</p>			<p><b>Lavagem doméstica comum:</b> nenhuma transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Lavagem doméstica com cloro:</b> nenhuma transferência de cor, baixo desbotamento</p> <p><b>Encolhimento do tecido:</b> nenhum</p>			
						

LINHAS						
LINHA	FORNECEDOR	REFERÊNCIA	TÍTULO	COMPOSIÇÃO (%)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Kalina Ind. Fios	002172	Tex 29	100% poliéster	25,90	0,05
2	Cotan	2002	Tex 19,6	100% viscose	10,23	0,01
<b>TOTAL</b>						R\$0,06

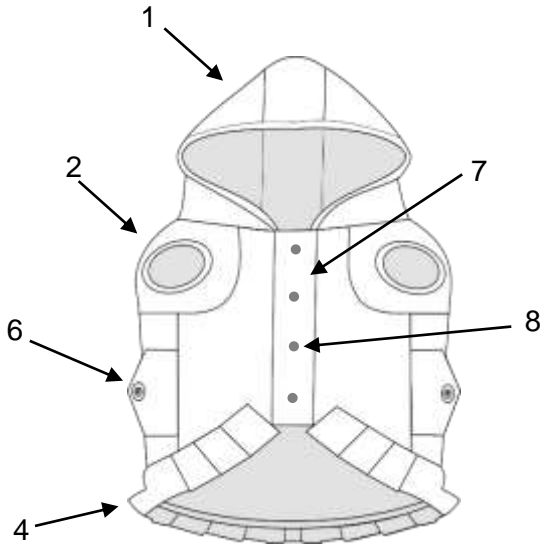
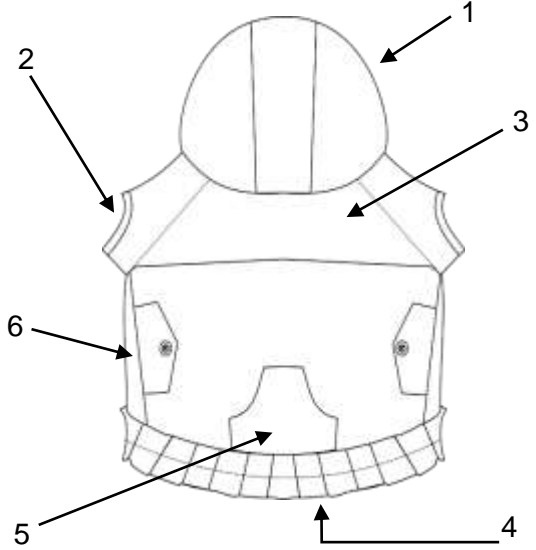
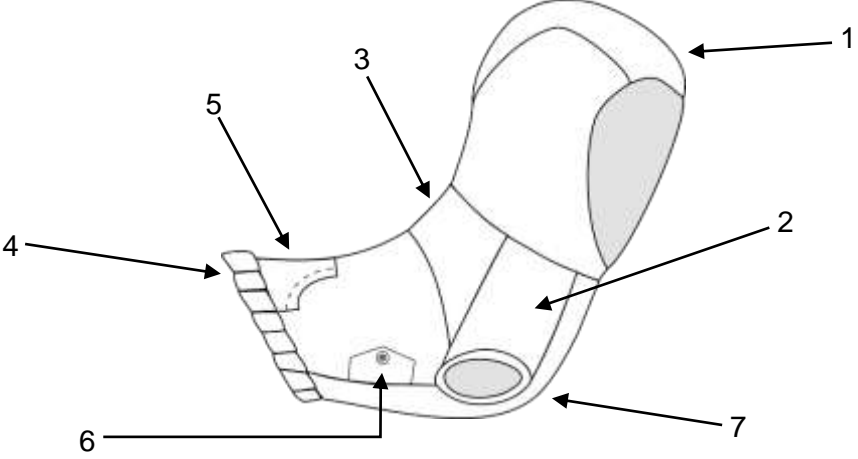
AVIAMENTOS					
TIPO	FORNECEDOR	COR	APLICAÇÃO	CONSUMO	CUSTO (R\$)
Botão de massa	Larose	Azul e prata	Lapela	2 unidades	0,40
Zíper de jaqueta 55cm	Larose	Prata	Fechamento da peça	1 unidade	7,80
<b>TOTAL</b>					<b>R\$8,20</b>
AMOSTRAS DOS AVIAMENTOS					
					



MÁQUINAS E COSTURA	ETIQUETAS	
<p>Pontos por centímetro: 3 pontos  Máquina overloque ponto chuleado  Máquina reta ponto fixo 301  Máquina caseadeira</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>Confecções Farejamor</p> <p>CNPJ</p> <p>XX.XXX.XXX/XXXX-XX</p> <p>100% Algodão</p>  <p>Tamanho M</p> <p>Indústria Brasileira</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 10px;">  </div>	
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$1,10</b>

<b>CUSTO TOTAL DE MATÉRIA-PRIMA</b>	<b>R\$37,50/peça</b>
-------------------------------------	----------------------

Fonte: Arquivo do autor

Tabela 14: Ficha técnica colete camuflado fêmea

<i>Farejador</i>		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUTO</b>	
<b>CÓD. ARTIGO:</b> Ac3KM		<b>MODELO:</b> Colete camuflado fêmea	<b>COLEÇÃO:</b> Aconchego - Inverno 2019
<b>COR:</b> Azul/azul estampado		<b>GRADE DE TAMANHOS:</b> PP, P, M, G, GG	
<b>DESCRIÇÃO:</b> Colete com capuz e barra com faixa drapeada			
<b>DIANTEIRO</b>		<b>TRASEIRO</b>	
			
<b>LATERAL</b>			
			
<b>DETALHAMENTO DO PRODUTO</b>			
1	Capuz com recorte	5	Bolso canguru
2	Manga raglan com acabamento em viés	6	Lapela de bolso falso com botão de massa
3	Recorte de pala	7	Fechamento com regulagem de tamanhos
4	Faixa drapeada	8	Botão de pressão

TECIDOS						
TECIDO	NOME COMERCIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO (%)	LARGURA (m)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Jeans	Super Têxtil	100% algodão	1,50	0,40	7,96
2	Moletom	Kilão	100% algodão	1,80	0,35	9,45
<b>TOTAL</b>						R\$17,41
AMOSTRAS DE TECIDOS						
<p><b>Lavagem doméstica comum:</b> média transferência de cor, baixo desbotamento</p> <p><b>Lavagem doméstica com cloro:</b> baixa transferência de cor, baixo desbotamento</p> <p><b>Encolhimento do tecido:</b> 8,3% no urdume e 0% na trama</p>			<p><b>Lavagem doméstica comum:</b> nenhuma transferência de cor, nenhum desbotamento</p> <p><b>Lavagem doméstica com cloro:</b> nenhuma transferência de cor, baixo desbotamento</p> <p><b>Encolhimento do tecido:</b> nenhum</p>			
						



LINHAS						
LINHA	FORNECEDOR	REFERÊNCIA	TÍTULO	COMPOSIÇÃO (%)	CONSUMO (m)	CUSTO (R\$)
1	Kalina Ind. Fios	002172	Tex 29	100% poliéster	15,26	0,03
2	Cotan	2002	Tex 19,6	100% viscose	4,92	0,01
<b>TOTAL</b>						R\$0,04



AVIAMENTOS					
TIPO	FORNECEDOR	COR	APLICAÇÃO	CONSUMO	CUSTO (R\$)
Botão de massa	Larose	Azul e prata	Lapela dos bolsos	2 unidades	0,40
Botão de pressão	Princesinha	Azul	Fechamento da peça	4 unidades	2,00
<b>TOTAL</b>					<b>R\$2,40</b>

#### AMOSTRAS DOS AVIAMENTOS



MÁQUINAS E COSTURA	ETIQUETAS	
<p>Pontos por centímetro: 3 pontos  Máquina overloque ponto chuleado  Máquina reta ponto fixo 301  Máquina caseadeira</p>	<p>Confecções Farejamor  CNPJ  XX.XXX.XXX/XXXX-XX  100% Algodão</p>  <p>Tamanho M  Indústria Brasileira</p>	
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 1,10</b>

**CUSTO TOTAL DE MATÉRIA-PRIMA**

**R\$20,95/peça**

## 7.2 Fotos das peças confeccionadas

A seguir, apresenta-se as fotos das peças confeccionadas contemplando o conceito “tal dono, tal cão”.

Figura 57: Vestido jeans feminino confeccionado



Fonte: Arquivo do autor

Figura 58: Vestido jeans fêmea confeccionado



Fonte: Arquivo do autor

Figura 59: Casaco bicolor feminino confeccionado



Fonte: Arquivo do autor

Figura 60: Colete bicolor macho confeccionado



Fonte: Arquivo do autor



Figura 61: Colete camuflado masculino confeccionado



Fonte: Arquivo do autor

Figura 62: Colete camuflado fêmea confeccionado



Fonte: Arquivo do autor

### 7.3 Formação do preço de venda

A princípio as criadoras da marca Farejamor optaram por não receber remuneração mensal, até o momento em que o negócio se apresentar rentável economicamente.

A formação do preço de venda das peças confeccionadas levou em consideração os custos fixos, como energia elétrica e água, que existem mesmo que a empresa não produza nada; os custos variáveis, que envolvem a matéria-prima e a mão de obra; os encargos tributários, pertinente ao modelo de negócio da empresa; e uma margem de lucro de 40%, que a princípio será usada para reinvestir no empreendimento. As peças combinadas entre humano e cão tem valor com desconto para estimular o cliente a comprar o combo. O preço comercial das peças se resume em:

Tabela 15: Preço de venda das peças

<b>Código</b>	<b>Modelo</b>	<b>Preço Comercial</b>
Ah1VP	Vestido jeans feminino	R\$89,99
Ah1CM	Casaco bicolor feminino	R\$99,99
Ah2KM	Colete camuflado masculino	R\$89,99
Ac3VM	Vestido jeans fêmea	R\$39,99
Ac4KP	Colete bicolor macho	R\$44,99
Ac3KM	Colete camuflado fêmea	R\$59,99
C1VP3vm	Combo vestido jeans (humano + cão)	R\$109,99
C2KM3cm	Combo colete camuflado (humano + cão)	R\$129,99
C1CM4cp	Combo casaco bicolor (humano + cão)	R\$119,99

Fonte: Arquivo do autor

## CONCLUSÃO

Através deste estudo foi possível medir a evolução do relacionamento entre o cão e seu dono, revelando que essa relação foi elevada para outro patamar, onde afeto e companheirismo são os pilares que a sustentam. Percebeu-se que essa aproximação entre eles, abriu caminho para novos nichos de mercado, ainda pouco explorados, mas com potencial ímpar de desenvolvimento. Detectou-se que o setor de vestuário para *pets* tem despertado novos olhares empreendedores, contudo, por ser um setor em crescimento, necessita de aprimoramento dos profissionais da área.

Este trabalho também contribui para orientar os profissionais do setor de vestuário *pet*, pois conta com depoimentos reais de clientes satisfeitos ou não, com suas experiências de compras passadas, depoimentos estes que servem para lapidar o produto ou serviço oferecidos.

A pesquisa de campo realizada serviu como base para a criação do conceito de moda da marca Farejamor e para a criação de uma coleção de moda, ambos contam com a intenção de ressignificar a relação entre dono e cão.

Novas pesquisas poderão ser realizadas a partir deste projeto, como um estudo das diferenças ergonômicas dos cães, complementando assim o presente trabalho.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABINPET (Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação). Disponível em <<http://abinpet.org.br/site/>>. Acessado em 19/09/2018.

*ABINPET informa custo médio mensal de manutenção de animais de estimação.* Disponível em <<http://abinpet.org.br/abinpet-informa-custo-medio-mensal-de-manutencao-de-animais-de-estimacao/>>. Acessado em 12/11/2018.

AMARAL, Paulo de. *Por que investir no mercado pet.* Disponível em <<http://www.vidapetnews.com.br/porta/por-que-investir-no-mercado-pet/>>. Acessado em 07/10/2018.

BRAGA, Jefferson. *As perspectivas do mercado pet.* Disponível em <<https://revistanegociospet.com.br/mercado-pet/as-perspectivas-do-mercado-pet/>>. Acessado em 07/10/2018.

*Cachorros, por que eles viraram gente?* Revista Superinteressante, 2016. Disponível em <<https://super.abril.com.br/ciencia/cachorros-por-que-eles-viraram-gente/>>. Acessado em 07/10/2018.

COHEN, Otávio. *Como os cachorros domesticaram o homem.* Superinteressante, 2017. Disponível em <<https://super.abril.com.br/comportamento/como-os-cachorros-domesticaram-o-homem>>. Acessado em 08/08/2018.

Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC). Disponível em <<http://www.cbkc.org/>>. Acessado em 18/08/2018.

DOMINGUES, Alexandre. *Em vez de filhos, casais preferem ter bichos.* Disponível em <<https://www.petrede.com.br/animais/em-vez-de-filhos-casais-preferem-ter-bichos/>>. Acessado em 07/10/2018.

EIES, Guilherme. *Esta é a nova árvore genealógica das raças de cachorros*. Superinteressante, 2017. Disponível em <<https://super.abril.com.br/ciencia/esta-e-a-nova-arvore-genealogica-das-racas-de-cachorro/>> Acessado em 16/08/2018.

*Estudo afirma que primeiros cães foram domesticados na Europa*. Veja, 2016. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/ciencia/estudo-afirma-que-primeiros-caes-foram-domesticados-na-europa/>>. Acessado em 08/08/2018.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Mini Aurélio: O dicionário da língua portuguesa*. 7ª edição. Curitiba: Editora Positivo, 2008.

FOGLE, Bruce. *Guia ilustrado Zahar: cães*. Tradução: Bianca Bold. Rio de Janeiro. Editora Zahar, 2009.

GRADJEAN, Dominique; VAISSARE, Josée; VAISSARE, Jean-Pierre. *Enciclopédia do cão – Royal Canin*. Paris: Éditeur Aniwa Puplishing, 2001.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. São Paulo: Atlas, 1998.

LISBOA, Édson Machado. *Controle de Qualidade na Indústria de Confecção*. SENAI - CETIQT, 1983.

MARTON, Fabio. *Como o lobo virou poodle?* Superinteressante, 2012. Disponível em <<https://super.abril.com.br/ciencia/como-o-lobo-virou-o-poodle/>>. Acessado em 15/08/2018.

*Pesquisa traça perfil do consumidor e novas oportunidades no mercado pet*. Revista Negócios Pet, 2018. Disponível em <<https://revistanegociospet.com.br/mercado-pet/pesquisa-traca-perfil-do-consumidor-e-novas-oportunidades-no-mercado-pet/>>. Acessado em 07/10/2018.

SAHD, Luiza. *A mente do seu cachorro: tudo que você precisa saber para que seu amigo peludo tenha uma vida saudável e feliz*. Editora Abril. São Paulo, 2015.





SARQUIS, Aléssio Bessa. *Marketing para Pequenas Empresas - A indústria da Confecção*. Editora Senac. São Paulo, 2003.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – Pesquisa de campo

Figura 63: Questionário para coleta de dados

<b>QUESTIONÁRIO PARA ESTUDO DE MERCADO</b>	
<p>1) Gênero:</p> <p><input type="checkbox"/> Feminino                      <input type="checkbox"/> Masculino</p> <p>2) Idade: _____</p> <p>3) Cidade onde mora: _____</p> <p>4) Renda mensal (valor do salário mínimo atual: R\$ 954,00)</p> <p><input type="checkbox"/> Até 1 salário mínimo</p> <p><input type="checkbox"/> De 2 a 3 salários mínimos</p> <p><input type="checkbox"/> De 4 a 5 salários mínimos</p> <p><input type="checkbox"/> De 6 a 7 salários mínimos</p> <p><input type="checkbox"/> Acima de 8 salários mínimos</p> <p>5) Quantos cachorros você tem?</p> <p><input type="checkbox"/> 1                      <input type="checkbox"/> 4</p> <p><input type="checkbox"/> 2                      <input type="checkbox"/> 5 ou mais</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p>6) Entre seus cachorros, cite em números quantos têm raça definida e quantos não têm?</p> <p>Possui raça definida: _____</p> <p>Não possui raça definida: _____</p> <p>7) Descreva em números, qual é o porte de seus cachorros?</p> <p>Mini/ Micro: _____</p> <p>Pequeno: _____</p> <p>Médio: _____</p> <p>Grande: _____</p> <p>Gigante: _____</p> <p>8) O que seu cão mais representa para você:</p> <p><input type="checkbox"/> É meu amigo</p> <p><input type="checkbox"/> É um membro da minha família</p> <p><input type="checkbox"/> É de estimação apenas</p> <p><input type="checkbox"/> É um prestador de serviços: cão guia, cão vigia, cão de pastoreio, etc.</p> <p>9) Quais cuidados você oferece ao seu Pet:</p> <p><input type="checkbox"/> Consulta ao veterinário quando necessário</p> <p><input type="checkbox"/> Banho em Pet Shop regularmente</p> <p><input type="checkbox"/> Plano de saúde</p> <p><input type="checkbox"/> Toso quando necessário</p>	<p><input type="checkbox"/> Consulta de rotina como forma de prevenção</p> <p><input type="checkbox"/> Ele frequenta lugares específicos para cães, como creches, spas, hotéis, etc.</p> <p>10) Você costuma mimar seu cão com:</p> <p><input type="checkbox"/> Brinquedos</p> <p><input type="checkbox"/> Roupinhas</p> <p><input type="checkbox"/> Acessórios (bandana, laços, coleira, etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Guloseimas (chocolate, petiscos, sorvete, etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Cosméticos (xampu, condicionador, perfume, etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Não costumo mimar meu cão</p> <p>11) Você costuma vestir seu cão? Por quais motivos?</p> <p><input type="checkbox"/> Para aquecê-lo no inverno</p> <p><input type="checkbox"/> Por diversão, quando ele usa fantasia</p> <p><input type="checkbox"/> Quando vou receber visitas em casa</p> <p><input type="checkbox"/> Para passearmos juntos</p> <p><input type="checkbox"/> Em eventos festivos (Natal, aniversários, casamentos, etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Não costumo vestir meu cão</p> <p>12) Ao comprar roupas para seu cão, você já encontrou alguma dificuldade?</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de opções de roupas diferenciadas</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de conforto ao vesti-lo</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de lojas físicas que atendam esse mercado</p> <p><input type="checkbox"/> Nenhuma dificuldade</p> <p><input type="checkbox"/> Não costumo vestir meu cão</p> <p><input type="checkbox"/> Outros _____</p> <p>13) Você já encontrou alguma dificuldade ao vestir seu cão em relação ao tamanho ideal da roupa?</p> <p><input type="checkbox"/> Não</p> <p><input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____</p> <p>14) Observe as imagens a seguir e responda: qual sua opinião sobre o cão estar combinando com o dono?</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p><input type="checkbox"/> Gostei e usaria</p> <p><input type="checkbox"/> Gostei, mas não usaria</p> <p><input type="checkbox"/> Não gostei</p>

Fonte: arquivo do autor

## APÊNDICE B – Tabulação da pesquisa de campo

### **Gênero:**

Feminino: 947

Masculino: 190

### **Idade:**

Até 25 anos: 486

26 a 35 anos: 361

36 a 45 anos: 167

46 a 55 anos: 92

Acima de 56 anos: 31

### **Estados:**

Amazonas (AM): 2

Bahia (BA): 4

Ceará (CE): 6

Distrito Federal (DF): 7

Espírito Santo (ES): 8

Goiás (GO): 3

Maranhão (MA): 2

Mato Grosso (MT): 15

Mato Grosso do Sul (MS): 2

Minas Gerais (MG): 14

Paraíba (PB): 3

Paraná (PR): 79

Piauí (PI): 1

Rio de Janeiro (RJ): 14

Rio Grande do Norte (RN): 1

Rio Grande do Sul (RS): 9

Santa Catarina (SC): 88

São Paulo (SP): 878

Sergipe (SE): 1

**Cidades:** (Observação: estão em ordem alfabética)

Abre Campo:1; Adamantina:1; Adolfo: 1; Agronômica:1; Águas da Prata:1; Águas de Lindóia:2; Águas de Santa Bárbara:11; Agudos:2; Agudos do Sul:1; Alagoinhas:1; Alambari:2; Alta Floresta:10; Alto Paraíso:3; Alto Paraná:1; Álvares Machado:1; Americana:413; Anápolis:1; Aparecida de Goiânia:1; Aparecida d'Oeste:1; Aracruz:2; Araraquara:2; Araras:2; Areias:1; Artur Nogueira:2; Assis:1; Atibaia:1; Balneário Camboriú:2; Barra Mansa:1; Bebedouro:1; Bento Gonçalves:1; Biguaçu:3; Birigui:1; Brasília:7; Cachoeiro de Itapemirim:1; Campanha:1; Campina Grande:1; Campina Grande do Sul:1; Campinas:26; Campo Grande:2; Campo Largo:2; Campo Magro:1; Canoas:1; Carapicuíba:1; Caruaru:1; Cariacica:2; Carlinda:1; Caucaia:1; Caxias:1; Chapecó:1; Charqueada:1; Colíder:1; Colombo:1; Coribe:1; Corupá: 1; Cosmópolis:1; Curitiba:51; Divinópolis:1; Dom Pedro:1; Fazenda Rio Grande:3; Feira de Santana:1; Florianópolis:59; Fortaleza:5; Frutal:1;Goiânia:1; Guararapes:1; Guarulhos:2; Hortolândia:15; Ibitinga:1; Ibiúna:1; Indaiatuba:1; Itajubá:1; Itapetininga:1; Itapira:1; Ituiutaba:1; Jaboticabal:1; Jales: 2; Jandaia do Sul:1; João Monlevade:1; Joinville:1; José Bonifácio:1; Juiz de Fora:2; Jundiá:2; Lagarto:1; Laranjeiras do Sul:1; Lençóis Paulista:1; Limeira:7; Londrina:2; Manaus:1; Marília:2; Matupá:1; Mauá:1;Mesquita:1; Mirassol:1; Mogi das Cruzes:1; Montanha:1; Monte Mor:1; Natal:1; Niterói:2; Nobres:1; Nova Iguaçu:1; Nova Odessa:44; Novo Hamburgo:1; Osasco:2; Palhoça:8; Papanduva:1; Paracatu:1;Paranaíba:1; Pato Branco:1; Patos:1; Paulínia:9; Paulo Lopes:1; Pelotas:1; Pinhais:3; Piracicaba:30; Piraquara:3; Pirassununga:1; Ribeirão Preto:1; Rio Bonito:1; Rio das Pedras:1; Rio de Janeiro:6; Salvador:1; Santa Bárbara d'Oeste:175; Santa Cruz do Sul:1; Santa Maria:2; Santa Rita:1; Santo André:3; São Bernardo do Campo:2; São Francisco de Itabapoana:1; São Gonçalo:1; São Joaquim da Barra:1; São José:8; São José dos Pinhais:4; São Paulo:54; Sapiroanga:1; Sertãozinho:1; Sumaré:32; Tanabi:1; Teresina:1; Torrinhã:1; Tubarão:1; Uberaba:1; Uberlândia:2; Urubici:1; Urupês:1; Varginha:1; Viamão:1; Vila Velha:1; Vitória:1; Votuporanga:1.

**Renda mensal (valor do salário mínimo: R\$ 954,00):**

Até 1 salário mínimo: 255

De 2 a 3 salários mínimos: 532

De 4 a 5 salários mínimos: 216

De 6 a 7 salários mínimos: 64

Acima de 8 salários mínimos: 70

**Quantos cachorros você tem?**

1 cachorro: 601

2 cachorros: 285

3 cachorros: 121

4 cachorros: 61

5 ou mais: 69

**Entre seus cachorros, cite em números quantos têm raça definida e quantos não têm?**

Possui raça definida: 592 cães

Não possui raça definida: 695 cães

Quantidade de pessoas que optaram por não definir ou definir: 27 pessoas

**Descreva em números, qual é o porte dos seus cachorros.**

Mini/ Micro: 135 cachorros

Pequeno: 924 cachorros

Médio: 806 cachorros

Grandes: 392 cachorros

Gigantes: 27 cachorros

**O que seu cão mais representa para você (*escolha somente uma resposta*):**

É meu amigo: 108

É um membro da minha família: 969

É de estimação apenas: 53

É um prestador de serviços: cão guia, cão vigia, cão de pastoreio, etc.: 7

**Quais cuidados você oferece ao seu *pet*?**

Consulta ao veterinário quando necessário: 994

Banho em *Pet Shop* regularmente: 570

Plano de saúde: 47

Tosa quando necessário: 564

Consulta de rotina como forma de prevenção: 345

Creche, *spa*, hotel, etc.: 57

**Você costuma mimar seu cão com:**

Brinquedos: 853

Roupinhas: 475

Acessórios (bandana, laço, coleira, etc.): 464

Guloseimas (chocolate, petisco, sorvete, etc.): 597

Cosméticos (xampu, condicionador, perfume, etc.): 528

Não costumo mimar meu cão: 94

### **Você costuma vestir seu cão? Por quais motivos?**

Para aquecê-lo no inverno: 745

Por diversão, quando ele usa fantasia: 63

Quando vou receber visitas em casa: 33

Para passearmos juntos: 88

Em eventos festivos (Natal, aniversários, casamentos, etc.): 126

Não costumo vestir meu cão: 383

### **Ao comprar roupas para seu cão, você já encontrou alguma dificuldade?**

Falta de opções de roupas diferenciadas: 175

Falta de conforto ao vesti-lo: 209

Falta de lojas físicas que atendam esse mercado: 64

Não costumo vestir meu cão: 361

Outros: 74

**Quais foram as dificuldades?** (Observação: as respostas estão na íntegra, conforme os entrevistados escreveram)

- Cachorro de porte grande

- Não costumo vestir meus cães pois eles não permanecem vestidos

- Tamanho

- Encontrar tamanho ideal

- Gosto de fazer as roupas da minha. Cachorrinha

- Roupas de tamanho correto para tequel

- Não consigo encontrar roupas para o porte da minha cachorra, que é um dogue alemão.

- Ou são grandes, ou pequenas demais.

- Tamanho adequado e preço altos

- Conforto

- Falta de tamanho para os grandes

- Tenho um cão com três patas então, como uma das patas traseiras é amputada, ele tem dificuldade para colocar a roupa nele

- Meu cachorro é magro e comprido, quando serve no comprimento, fica largo na barriga, ou vice-versa

- Tamanho
- Valores
- São muito caras
- Encontrar uma loja que tivesse roupas de tamanho grande para o meu cachorro.
- Preço elevado mesmo em roupas simples. Precisam ser quentes e fofinhas/macias
- Preço, por eu ter 5 acabam se tornando muita cara as roupinhas
- Tamanho adequado
- Não compro roupas
- Tamanho. Tenho uma labradora de 45 kgs..difícil achar roupas confortáveis e grandes p ela.
- Roupas difíceis de colocar no cao
- Variedade de tamanhos e preços muito altos
- A medida
- Custo muito alto
- Valor muito alto!
- Não achar tamanho
- Ele não fica com a roupinha,ele arranca e morde toda a roupinha
- Confeccionamos as roupas
- Roupas que coubessem.
- Minha mãe que confecciona
- Uma roupa que não tivesse como os cachorros tirarem e comerem, minhas labradoras comem até os zíperes
- Preço.
- Não encontra tamanho ideal para o cão.
- Custo alto, compro as roupinhas em brechós
- Não encontro roupa do tamanho do meu cão
- Preço das roupas bonitas
- Tamanho adequado
- Roupas são muito caras
- Não compro roupas pra meu cão
- Preço / tamanho
- Os meus cães odeiam roupas.
- Não tinha roupas do tamanho dele
- Tamanho para os gigantes
- São muito caras. Com eu tenho 8 cães, fica fora de minhas condições financeiras. Então eu mesma confecciono as roupa dos meus cães.
- Preço

- Ele não gosta e retira a roupa
- O tamanho, ele é pequeno e gordo. As roupas ou ficam apertadas ou muito largas
- Financeiro
- Meu cachorro é muito peludo e embaraça o pelo.
- Roupas maiores que caibam neles.
- Poucas opções para raças gigantes.
- Não compro roupa
- Nenhuma. Eu mesma faço as roupas dele.
- Ganho as roupinhas
- Minha cachorro não é muito chegada a roupa, mas em tempo frio visto ela com blusas minhas.
- O xixi sujar a parte de baixo da roupinha
- Eu mesmo faço suas roupas.
- Valor justo
- Preço muito caro
- Valores altos, falta de opções com manga comprida, falta de tecidos quentes e sem estampas. Compro roupas de crianças para meus cães.
- Não tive dificuldade
- Preço
- Encontrar no tamanho adequado que não aperte as extremidades
- Ração
- Fabricação própria.
- Falta de roupas mais frescas.
- Tamanhos pequenos.
- Tamanho.
- Falta de roupas que sirvam, sejam de boa qualidade e esquentam, além de preço acessível.
- Minha mãe compra.
- Encontrar roupa de tamanho adequado ao porte do cão.

**Você já encontrou alguma dificuldade ao vestir seu cão em relação ao tamanho ideal da roupa?**

Não: 664

Sim: 473

**Descreva as dificuldades que encontrou?** (Observação: as respostas estão na íntegra, conforme os entrevistados escreveram)



- As roupas não servem perfeitamente (ficam grandes ou largas), por conta do porte pequeno do cachorro.
- Os modelos são complicados de colocar os cães não gostam muito na hora de vestir
- tenho problemas sempre qto ao comprimento da peça
- Passar a roupa pela cabeça.
- Ou fica pequena ou grande demais para os pequenos, e para meu carro grande foi difícil, acha uma roupa devido à deficiência, dele, tem uma pata amputada
- Dificuldade em vestir pela cabeça. Abertura estreita
- Na questão de tamanho, pois são porte grande
- No Tamanho. Quando encontro uma que serve e caro de mais.
- Tamanho
- Não ter numeração em algumas roupas
- No tamanho deles, não tem roupas fofinhas.
- Falta de tango adequado
- O cachorro de porte grande e mais difícil é não muito usual além da focinheira enforcador
- Quando tentei vestir meu pinther ele se sentiu encomodado. Pois a roupinha ficava pegando da parte do rabinho cortado.
- Roupas feias
- Por ser grande e se mover demais ele conseguiu tirar a roupa
- Ficaram grandes
- Ele é muito grande, não fazem roupas do tamanho dele.
- No tamanho
- Ele é muito pequeno
- Pouca opção
- Tamanho de roupa gde
- Gola muito justa e corpo muito largo
- Medidas desproporcionais
- Ou fica grande ou pequena
- Um dos meus cachorros e gordinho e pequeno então as roupas fo tamanho dele ficam pequenas e as maiores ficam grandes
- Tamanha não definido
- O tamanho da roupa.
- Difícil achar o tamanho certo
- Cão obeso e comprido (teckel)
- Ou era muito apertada ou muito grande

- Normalmente as roupas ou são pequenas demais ou grandes demais
- Tamanho e estilos de roupas
- o tamanho , na hora de vestir
- Não encontrei a roupa do tamanho do meu cão, quando encontrei não era de boa qualidade
- Nenhuma roupa serve, pois todos meus cachorros são muito grandes
- As roupas eram longas demais ou muito curtas perto do rabo
- Roupas grandes...ela é peq.
- roupa grande, meu cão ficava desconfortável
- Tamanho
- Medidas não são exatas visto que costumo comprar roupas pela internet cujos preços são melhores e há mais variedade de modelos. Os tecidos às vezes não são confortáveis.
- Tamanho insuficiente
- Tive que fazer a própria roupa pois não achava
- Gostaria de encontrar em malha as às vezes só acho muito grossa
- Ele é bem grande e truncado (peito forte) a parte da frente da roupa (q fica no peito e patas da frente) geralmente ficam apertadas e é muito difícil passar pela cabeça tbm... Ele fica irritado, então prefiro não colocar roupas nele, mesmo no inverno.
- Tamanho inadequado, desconforto, falta de modelos de acordo com o tamanho
- as roupas ou eram muito grandes ou muito pequenas
- Ele morde pelo desconforto..
- Tamanho / caimento
- Além de ser caro, difícil é achar o tamanho, pq a minha Pollyanna é Gordinha e baixinha, é o Barba é alto e magro e peludo!! Então por isso compro só no inverno mesmo!
- Meus cães retiram a roupa
- Não veste confortável
- As proporções do meu cachorro são diferentes
- Por ser pinther já encontrei dificuldades no tamanho
- Pelo tamanho gigante. Ainda é filhote e já pesa 60kg.
- Não se ajustam ao corpinho ou atrapalham para fazer as necessidades
- A dificuldade de vestir
- Ficam subindo até o pescoço, molha quando o cachorro urina, etc
- Na verdade, a minha cachorrinha não gosta de roupinha, mas ama cobertor.
- Tamanho fica entre médio e grande. Médio fica pequeno e grande fica grande.

- Roupas ficam grande demais ou pequena demais
- Não se adequa ao tamanho ficando curta ou apertada
- Encontrar tamanho certo, as vezes é pequena demais ou grande para o tamanho dele
- Como ele tem pelo bastante, as vezes não servem, e as que servem não vestem bem.
- Minha cachorrinha pequena é gorda, é só encontro para cachorras magras.
- Roupa fica pequena ou muito grande, aí comprei a grande e mandei a costureira arrumar.
- Tamanho do corpo. Conforto para o cão.
- Cachorros não devem usar roupas
- Modelos que se adaptam as necessidades dos meus cães
- Roupinhas para o tamanho dela
- Para o micro eh muito difícil e para o médio não existe, os dois são machos e com tamanho errado acaba tendo uns xixis nas roupas
- Ajuste das roupas
- Roupas ergonômicas para os mesmos
- Tamanho da roupa, por ser grande nunca encontro.
- Ele é um salsicha então é muito comprido
- Disponibilidade
- Roupa ou muito justa ou muito curta
- Cachorra não ficou confortável com a roupa
- Relacionado ao porte e físico dele, quando se acha alguma roupa, seria sempre o mesmo modelo
- roupa curta
- Falta de roupas do tamanho dela
- Tamanho
- Ergonomia
- tamanho adequado ao conforto
- Roupa pouco confortável e tamanhos irregulares
- Tamanho
- Fica apertado em um lugar e largo em outro,nunca encaixa perfeitamente
- Não encontro roupa que caiba
- Ela é plus size rsrs
- Roupas grandes e difíceis de colocar
- Minha *pet* é gorda e alta, mas não é muito comprida, então sobra no comprimento.
- Cachorra de porte médio/grande e bem gordinha, difícil!!
- Tamanho

- Falta de tamanho
- Tamanho
- Não achei o tamanho
- Sabe identificar o tamanho
- Ela é gordinha
- Não tem pro tamanho dela
- Tamanho adequado
- Tamanhos
- Como já disse tenho um cão porte grande com uma pata traseira amputada, precisava de uma roupa que não precisa deita, ele no chão para por a roupas
- Comprimento das roupas
- Tamanho
- Muito difícil encontrar roupa pra porte grande e pra minha pug.
- Tamanho e conforto
- Tamanho, todos que compro ficam pequenas
- Dificuldade nas opções de tamanho
- Já coloquei roupinha, mas uma vez acabou cortando se eu não tiro a roupinha ia dar algo pior
- Tamanho exato, pois só tem P, M, G, e GG é as vezes uma fica grande e a outra já fica pequena, tbm tipo da costura para as patas e largura
- Tamanho q ficasse justo e não cumprido, pq ele não gosta d roupa e rasga as q ficam largas e cumpridas.
- Meus animais são gordinhos e as roupas normalmente nao esticam entao ou fica apertado ou fica imenso
- Tamanho
- Idem resposta anterior... Quando fica grande na barriga, molha quando ele vai fazer xixi
- Ele é muito grande, geralmente as roupas ficam ou mto apertadas ou mto largas
- Tamanho
- Roupas apertadas
- Não encontro roupa que sirva
- Ficou apertada na região da nuca
- Deveria ser mais prático pra vestir
- As roupas de porte médio são pequenas para meu cão, devido a musculatura , e de porte grande são largas
- Tudo ficava grande nas patas

- Ficar pequena ou grande a roupa
- Falta de variedade entre os tamanhos, falta de conforto, preço muito alto
- Tamanhos desproporcionais
- Sempre são para porte pequeno
- Tamanho
- Roupas pequenas ou muito grandes
- Roupinhas muito pequenas
- A maior dificuldade é encontrar o tamanho exatamente correto para o cão, que não fique comprido demais para não atrapalhar, e nem apertado. Ao comprar as roupinhas, costumamos fazer o ajuste manualmente (agulha e linha) para garantir o conforto do animal no frio.
- os modelos geralmente são lindos e/ou simples mas a dificuldade maior é passar as patas pq sempre haverá um rosnado pois nunca é do tamanho certo ou são grandes demais ou pequeno demais.
- Colocar as patas
- Muito pequena ou muito grande
- Nunca encontro um tamanho que fique certo
- Tamanho
- Formas pequenas nas entradas das patas
- Tecido de baixa qualidade, que não traz conforto.
- Aqui em Americana não tem uma loja especializada em roupas para cães, todo ano costumo ir para Monte Sião, lá tem uma loja que é um sonho, uma roupa mais linda que a outra, é impossível ir para lá e não trazer nada para eles.
- Não tem roupas do tamanho muito pequeno.
- Ele é gordo e pequeno não fica certo
- Não tinha o tamanho da minha cachorra ( porte grande, é um pouquinho gordinha ela rs')
- Diâmetro do tórax
- larga ou apertada
- Ela é pequena mas gorda então as roupas fica apertada
- Não há roupas diferenciadas para cachorros de porte grande, encontram-se apenas modelos "padrozinados" tanto para macho/fêmea.
- Tamanho desproporcional
- As roupas mais bonitas não tem em tamanho grande
- Nunca um tamanho certo, sempre maior ou menor
- As roupas grandes não são tão bonitas ! E quando acha uma legal é para fêmea e o

meu filhinho é macho (Thor)

Tamanho raça salsicha

- Um dos meus cachorro é pincher, muito pequeno, nunca encontrou roupinha que sirva nele. Sempre foca grande
- Tamanho entre comprimento e tórax ( ele é comprido)
- Tenho uma cachorro que tem o pescoço muito largo mas o corpo é fino e as roupas sempre aperta seu pescoço e ele também faz xixi sentado (igual fêmea) e isso faz com que muitas vezes molhe a roupinha que está vestindo
- Tamanho
- Era apertada a roupa
- em uma das minhas cachorras as roupinhas ficam geralmente largas, pois ela é cumprida mas magricela
- Comprar pro peso e tamanho e mesmo assim ficar apertada
- O tamanho.acabamento com velcro onde abria sozinha
- Umam eram grandes demais e outras pequenas, não cobriam as costas dele
- Roupas para cachorros grandes são difíceis de encontrar
- Não encontro roupas de tamanho adequado
- Fica muito apertado ou folgado.
- Ou muito grande ou pequena
- Tenho uma pinscher zero adulta, porém ela pesa 900g, ou seja, menos de 1kg, é bem pequena; e na região não encontro roupas do tamanho dela. Geralmente compro roupinhas para - ela numa loja em Monte Cão.
- Minha cachorra é pequena porém gorda! Tdo fica apertado demais, quando não largo demais, aí pra ficar confortável compro a pipa bem maior
- As vezes não passa pela cabeça, em outras vezes, fica ruim pra alcançar as patas
- Espaço pequeno para colocar as patinhas com facilidade
- Minhas cachorras são gordinhas
- Porque ele alcança e pertence de trás da roupa e come
- Por ser um spitz muito larga se torna desconfortável a ele, e normal/justa costumam fazer uma grande quantidade de nós. Como é apenas no frio prefiro cobri-lo com uma manta
- Não encontro no tamanho certo.. sempre menor ou maior
- Padronagem nos tamanhos diferentes... apertada entre as patas
- Tamanho GG
- O modelo da roupa pra cachorro de porte médio não tem outras opções de roupas
- tamanho adequado

- Não acho modelos
- Tamanho
- Apelida de mais
- Roupas Apertadas
- Minha cachorrinha é comprida, então quando compramos roupinhas ou ficam largas de mais ou ficam curtas e apertadas
- ao passar a pata
- ele é gordinho e peludo no que dificulta na passagem. as vezes o tamanho cabe no corpo e nas patas fica larga.
- É difícil encontrar roupas pequenas para ela
- Roupas estreitas justas
- Tamanho grande
- Tamanhos pequenos e grandes
- Roupa não serviu ou o modelo não estava do meu agrado
- ela é muito pequenininha, as vezes a loja não tem todos os tamanhos.
- Rouaps difíceis de entrarem nas patas dele
- Tamanho muito grande...
- Roupas confortáveis que cubram as perninhas
- São sempre as mesmas roupinhas, pelo menos aqui na minha cidade quase não encontro roupinhas diferentes para comprar, e amo comprar roupinha para ele, não gosto das tradicionais ..
- Não achar o tamanho correto, ou pequena demais ou grande demais
- Tecidos com estampas feias e modelos feios também, todos ficam horríveis no corpo
- Minha cachorra é gordinha então não achava roupas (principalmente para o inverno) que servisse
- Ele é pequeno, mas as roupas tam P ficam apertadas e a M ficam enormes
- Por ele ser gordinho não há muitas opções
- A ROUPA NÃO SERVE PARA ELE
- Tamanho
- Não tem tamanho ideal fica apertado ou sobrando
- roupas ou pequenas demais ou grandes demais, sem variedade de tecidos
- As Roupas são pequenas.
- Pernas muito comprida
- como dois são de grande porte raramente acho uma na minha cidade que sirva para eles sem ficar apertando
- Roupinhas ou muito pequenas ou muito grandes

- Não achava o tamanho por ser muito pequena
- não saber se é o tamanho certo
- Roupa pqna
- Tamanhos
- As roupas nunca ficam ajustadas no corpo da minha cachorra, aí ela se irrita e mastiga a roupa.
- Comprimento
- nao tinha em varias lojas
- Tamanhos e algo diferente
- Sempre muito larga, assim por ele ser macho, quando faz xixi molha toda a roupa!
- Mesmo sendo Tam 0 ficou grande e desconfortável para ela andar.
- Ou a roupa era muito pequena ou grande de mais
- Ou a roupa fica muito curta ou muito comprida para ele
- Difícil encontrar roupas para o maior e um rotwaller então e dificil
- Nada do meu gosto
- Cachorro muito grande roupa não serve
- Pouca diversidade de tamanho
- O tamanho do corpo nem sempre é proporcional
- Cor feia e tamanho pequeno
- Cabia no corpo e ficava curto atrás
- Um tamanho ficava muito apertado e o outro largo
- Minha cachorra e muito fofaaaa
- Minha Cadela é porte médio, ela é alta, mas bem magrela, as roupinhas de porte médio ficavam grandes e as de pequeno porte ficavam muito pequenas.
- A roupa ficava machucando ele na parte da barriga com as costuras e como ele é gordinho ficou bom nas patas mais no pescoço apertado.
- Não encontro roupas do tamanho certo, e os modelos sempre são muito simples.
- Muito pequenas ou muito grandes
- Tamanhos
- Comprar uma roupa da numeração dele e ficar apertada
- Falta de padronização de tamanho
- Roupas pouco largas e apertadas
- ergonomia
- passar na cabeça e patas, porque ele tira e rasga tudo
- tamanho
- algumas machucam e pegam na perninha dele



- Roupas apertadas e pequenas, nunca tem o tamanho certo para ela
- Não fica certinho sempre fica esquisito
- Desconforto e mal ajuste no corpo
- Cava do braço muito grande (fazendo com que dificultasse a locomoção) ou Cava do braço/pescoço muito apertada (cão se sente apertado e sufocado)
- Locais que vendam roupas com qualidade, preço acessível e de vários modelos e tamanhos.
- Conforto para o animal
- Roupa que seja desconfortável para o animal impedindo na hora de brincar e andar.
- A elasticidade do material não era suficiente para passar a roupinha entre as patas e cabeça, porque a catoria tem as pernas compridas, o que tornava o processo uma batalha entre eu e a catoria. Então tinha que comprar um número de roupa maior para facilitar esse processo, mas daí a roupa ficava larga demais nela.
- eles são "magros e altos" então o que fica bom na largura não serve direito na distância das patas e o que encaixa na proporção patas x pescoço fica largo e eles acabam tirando
- Nunca acho o tamanho certo no caso grande
- Geralmente eu coloco minhas roupas no meu *pet*, então as vezes a manga é muito grande e eu preciso corta.
- O cachorro, por ser gordo, tamanho no comprimento muitas vezes dá certo, mas não na largura.
- Tamanho
- Difícil achar para o tamanho do meu cão
- A maioria vendem pequenas ou grande, eu preciso de médias
- Não encontro roupa do tamanho do meu cão. Tenho uma beagle um pouco gordinha e as roupas ou ficam apertadas ou ficam grandes. Meu outro cachorro é um vira lata relativamente grande porém magro, as roupas ficam largas ou pequenas
- Minha SRD é magricela e comprida e as roupas ou ficam ajustadas, mas curtas, ou largas demais para ficar certo no comprimento.
- Não tem
- Tamanho
- Não encontrei o tamanho
- Modelagem
- As roupas ficam apertadas demais porque Pug é gordinho, costume mandar fazer sob medida.
- Modelagem

- A de menor tamanho ainda era grande
- Tamanho e modelo
- Ou fica comprida demais, ou curta demais
- Alguma medida não da certo: largura, comprimento, etc
- Meu cachorro é magro e cumprido, as roupas ficam curtas ou grandes demais
- Ou é grande ou é pequena
- Tamanhos bons de largura e ruins de comprimento
- Muito pequeno
- Só saber o tamanho se levar o cachorro
- Passar pela cabeça e pernas
- a roupa atrapalha o movimento do cão na parte do braço (na cava)
- a roupa fica muito grande ou pequena demais
- roupa fica grande
- roupa fica larga ou apertada
- meu cachorro é muito pequeno e sempre escapa da roupinha
- Roupas pequenas e difíceis de vestilas
- Não tinha o tamanho
- O comprimento é ótimo, mas sempre fica apertado. Então sempre tenho que comprar tamanho maior pra não apertar, conseqüentemente fica grande o comprimento, inclusive pegando nos "cotovelos" dela, o que ela detesta pra andar. Por isso coloco SOMENTE em dias MUITO frios.
- Roupa para médio e grande porte só existe de apenas 1 modelo o que diferencia são as cores e tecidos, não tem enfeites e nem babados ou como se fala ( cheia de frufus).
- As mangas das roupinhas na maioria das vezes são muito abertas. Devia existir mais opções de tecidos tb. Geralmente é Soft ou lã.
- Roupa muito grande
- Roupas muito pequenas ou muito grandes. Também apertadas pq ele é gordinho
- eles não gostam.
- Variedade nos modelos. É poucas opção no tamanho
- Ou a roupa é pequena demais ou grande demais. Então eu passei a fazer as rompidas dele em casa mesmo.
- As vezes o tamanho era bom, mas acabava ficando um pouco folga... e era difícil encontrar no tamanho dela.
- tamanho certo da roupa. Por ele ser baixinho e gordinho as roupas tamanho G ficam muito grande nas pernas e se for tamanho p não serve no corpo :(
- Ele ficava se debatendo

- Braços e pescoço desconfortáveis e material desconfortável
- Não tem tamanho para um labrador.
- Passar a roupa pela cabecinha deles
- roupa cirúrgica sem zíper nas costas, porque a minha resgatada fez cirurgia na coluna
- Tamanho ideal
- O tamanho geralmente é um problema, as peças nunca caem bem no meu cachorrinho menor, ou sobra muito tecido e acaba atrapalhando os movimentos ou fica muito apertado.
- Dificuldade de mobilidade, minha catoras odeia isso e acaba rasgando todas
- Dificuldade p achar tamanho pequeno o bastante.
- Não encontro roupas que dê no tamanho dele.
- Muito larga ou muito justa, tecidos ruins rasga fácil, e sem criatividade para estampas
- ele tem o pescoço grosso e as patas mais abertas, dificulta encontrar uma roupa que não fique apertada, mesmo sendo tamanho maior.
- Tamanhos padrão não vestem direito
- Nunca achei o tamanho ideal
- As roupinhas não ficam no ombro e acabam escorregando pelo corpo deles virando uma saia gigante
- encontrar tamanho grande com bom preço
- Desconforto para o animal. Ela fica imobilizada.
- Não encontrei um tamanho adequado, é muito grande ou pequena...
- Desconfortável no vesti-lo
- Roupas muito grandes ou apertadas
- Tamanho
- Não saber se serve
- As roupas nunca serviam
- Tamanho não corresponde ao porte
- Roupa não era do tamanho adequado
- Caras
- Roupas muito grandes ou pequenas, nunca encontrei uma do tamanho ideal, sempre preciso comprar a maior e levar na costureira pra arrumar.
- A gola do pescoço apertava muito. As vezes era muito solta.
- A Laika é comprida igual a um dachshund, então quando compramos roupinhas ou a manga fica muito comprida ou a roupa só vai até metade do corpo
- Nada bonito que sirva
- Tamanho

- Muito grande ou muito largo
- Tamanhos
- Tamanho e modelos que não se adaptam bem ao tipo físico deles. Raça: pug.
- Tamanho
- tamanho, vestimentas que servem, pois um dos meus cães é mistura com salsicha
- Quando ela não que vestir a roupa
- Ele é um Daschund entao o comprimento e altura fazem com que nao tenhamos mtas opções de roupas no mercado
- Esse que eu tenho é bem gordinho mas não usa roupa porque ele não gosta fica parado como se estivesse preso, mas é bem difícil achar roupas para ele
- Moro na zona leste e geralmente as roupinhas vem da 25 de março... Ou seja.. qualidade 0... Gosto de umas roupas q vendem em minas, de crochê, da vivipes... Mas preferia lojas físicas devido ao tamanho. Fora que a Zara eh shiitzu então tem o problema de embolar o pelo.
- Encontrar peças adequadas
- Roupa grande que ele goste. Ele não gosta muito de roupas...
- Lugar para comprar variedades de roupas
- Falta de opções.
- Não costumo vesti-lo, mas quando comprei uma vez tive dificuldade em relação ao tamanho da peça, as vezes faltam algumas informações de tamanho, fotos de amostra para saber como fica aparentemente e afins, para não se basear apenas pelo olhómetro e a peça ficar apertada ou larga.
- Por ser uma mistura de pinscher com fox paulistinha a maior dificuldade é com a cabeça, sempre tenho que fazer uma costura para que fique um pouco mais justa.
- Diversidade de modelos para o tamanho dela
- Muito grande ou muito pequena
- Muito grande ou muito pequena
- Não servem bem. Apertada na pança, larga no resto
- Muitas vezes a roupinha não fica confortável para minha cachorrinha, ou fica muito pequena ou muito larga.
- Roupinhas que machucam na axila ou que tem algum detalhe que incomoda e o faz querer tirar
- tamanho
- tamanho certo, tipo de roupa etc
- Tamanho adequado das roupas.
- Nunca acho roupa para o tamanho ou sempre tenho que por camiseta do meu pai.

- Problema com raças gigantes.
- Geralmente eu faço, porque toda vez que compro tem que ajustar.
- Falta de conforto.
- Tamanho muito grande ou muito pequeno
- Apertado na cabeça e membros inferiores
- roupa pequena não serve
- Tamanho
- Raça linguicinha
- Não encontro o tamanho ideal
- Por ser srđ o comprimento da roupa não se adequava a minha filha
- Tananho, qđo. Ñ é muito pequeno fica grande e vice versa...
- Falta de opções para cachorros de porte grande
- Formato ruim para um cachorro. Excesso de acessórios
- Não achei o tamanho
- Difícil conseguir roupa para o de porte grande/gigante
- Difícil achar roupa tamanho grande, só fazem para filhotes e cães pequenos
- Fiz a roupa pequena de mais. □
- Achar roupas para o frio que caiba perfeitamente nos maiores
- Não tem muitos tamanhos para cães micro, exemplo os pinscher
- Nao supirta roupa
- Como minha cachorra é mais gordinha, as roupas do porte dela ficam muito apertadas, e roupas maiores não servem bem
- Tamanho, falta de conforto
- Tenho uma filha magra e bem comprida que as roupas ficam pequenas no comprimento, ou largas demais quando certas no comprimento. Outra filha é bem larga no peitoral, tudo aperta o pescoço e o peitoral dela, ou então é muito grande.
- Não ter o tamanho correto
- Tamanho não adequado
- São molossos (boxers) e a maioria dos molossos é largo e forte. Ou acho roupas apertadas, ou ficam compridas demais, pois a maioria das raças não tem peito tão largo.
- Ele não gosta
- Comprimento até que normalmente da certo. O problema é na circunferência. Terrier robusto porém pequeno.
- Não tinha o tamanho
- Em tamanho pros de porte grande.

- Uso apenas p ficarem dentro de casa ... a roupa não é de uso diário mas precisam de supervisão . Achei um unico modelo simples q adequasse
- Sempre tenho que ajustar... pois ficam folgadas.
- As grandes são muito grandes e as médias são pequenas.
- Tamanho mais encorpado e cabeça que caibam orelhas levantadas (capuz)
- Comprimento
- Ou é pequena demais ou grande demais
- Tamanho correto
- Difícil de passar as patinhas
- Nenhuma
- Falta de tamanho
- Algumas ficaram curtas e/ou apertadas mesmo procurando o tamanho oficial sugerido.
- Minha cachorra é pançuda e as roupinhas não cabem
- Roupas engraçadas para pugs no Brasil
- Roupas que fiquem confortáveis ao meu cachorros, e com os tamanhos
- Tamanho
- Tamanho ideal
- Ou é muito pequena ou muito grande, nunca consigo o tamanho certo
- Encontrar tamanho ideal com relação a tamanho de tórax e comprimento das pernas.
- Distância entre pescoço e cauda e largura do tórax
- Normalmente nao tem tamanhos para caes de porte grande especialmente para fêmea, sempre tentam colocar as roupinhas de cães grandes de forma brutesca como se nao fossem fofos igual a todos. Tirando que é muito mais caro e dificilmente encontra uma roupa boa e legal para o cao de porte grande, ja que a moda do momento são raças “pequenas”.
- Tamanho
- Falta de tamanho compatível com o porte do cão
- Poucos tamanhos
- Tamanho ,pq é baixinha e gordinha
- Minha cachorra é bem grande então não há muita variedade. E o pequeno é um daschund, o que dificulta encontrar roupinhas compridas o suficiente.
- Tamanho ideal, fechamento apropriado entre outros.
- Tamanho
- ele é grande e gordinho
- Tamanho e o tipo da roupa, geralmente a roupa cobre as partes intimas e suja quando faz xixi.

- Só no tamanho mesmo
- Tamanhos grandes para o cachorro de porte grande é difícil. É para a de porte médio que é obesa aperta as extremidades já que tem que encontrar número maior
- Só tem roupa para cães pequenos ,principalmente as para o frio.
- Ou fica pequeno ou grande demais
- Era pequena ou curta demais
- Roupas que não se adaptam ao biofísica deles
- tamanho que consta na roupa não é padronizada.
- Muito grande
- Ajuste do peitoral
- pouca opção para cães médios e grandes.
- Bruto
- Castrei a minha cachorrinha e a roupa cirúrgica, ou ficou pequena, ou ficou grande, não tinha o tamanho ideal para o porte dela (M). Outras vezes fui vestir a minha outra cachorrinha, porte P, e ela se sentiu muito incomodada
- A roupinha dava no pescoço mas ficava curta, cobrindo apenas a metade do corpo
- As roupas têm tamanho padrão, por exemplo, para animais de porte pequeno, mas não tem diferenciação/ adequação quanto à altura das patas, circunferência do peito/ tórax. Minha cachorrinha é porte pequeno, mas tem: peito semelhante ao da raça Galgo (Whippet), então nem todas as roupas P servem nela; e as patas são finas e compridas, então as mangas tamanho P não ficam confortáveis para ela caminhar, correr.
- Parecia desconfortável para o meu cachorro
- Dificuldade em encontrar uma roupa quente e bonita para cães de porte grande
- Roupas para cães de raça grande não se encontra com a mesma facilidade de raças pequenas
- Tamanho
- Tamanho para a grande
- Falta de opção, qualidade e modelos diferenciados e com preço acessível.
- Preço
- Nunca encontro o tamanho certo . Desde a pequena, até para os 2 grandes
- Tamanho específico.
- Roupa não ficava confortável no cão.
- Encontrei dificuldades apenas para o de raça definida (um pug), uma vez que ele tem o pescoço grosso porque ele é gordinho e não é qualquer roupa que consigo colocar nele sem que fique desconfortável
- Muito apertada

- Não acho roupas legais que sirvam para meu cão, que está em fase de crescimento
- Verificar se o tamanho está correto
- Meu cachorro é comprido e gordinho
- Muito pequeno ou muito grande, nada confortável
- Tamanho, conforto
- Roupas muito pequenas, qualidade baixa e que geraram alergia. Só consegui uma roupa de qualidade mas muito cara então optei por acessórios e no inverno cama quentinha e bem forrada.
- Muito difícil de por
- Geralmente são tamanhos pequenos, ou que cobrem somente metade das costas, e não o corpo inteiro.
- Tenho um bulldog francês logo o peitoral é mais largo e comprimento mais curto portanto o G “padrão” não serve nele
- Tamanhos padrão não servem
- Apertada ou larga na gola e justa no corpinho
- Dificuldade em achar o tamanho deles. Normalmente são roupas muito grandes ou muito pequenas.
- O encaixe da peça.
- Falta de praticidade ao vestir.
- Roupinhas sem velcro.
- Dificilmente encontro roupa no tamanho ideal.
- Difícil de vestir.
- Não vestiu bem.
- As roupas ficam largas.
- Roupas com tamanhos que não se encaixam nos meus cães
- Fora de tamanho.
- Roupas ficam largas ou apertadas.
- Não são ajustáveis pelo fato dela estar acima do peso.
- Tamanho
- Fica apertada.
- Comprimento.
- Falta de opções.
- Roupas desconfortáveis para o *pet*.
- Os dois.
- Tamanhos pequenos.
- Tamanho.



- A roupa não fica certa, ou é muito grande ou muito pequena.
- Por ser vira lata, as vezes não há roupinhas que atenda o seu porte físico.
- Pinscher zero, a roupa tem que mandar apertar mesmo sendo PP.
- Tamanhos que não condizem com a etiqueta.
- Adequá-las ao clima.
- Muito grande ou pequena
- Conforto, tamanho ideal.
- Ele não aceita roupas.
- Já tive a sensação de ficar apertado entre o "peito" e pescoço, parece ser pequeno nessa parte da roupa.
- Tamanho e conforto.
- Só encontro roupas para filhote.
- As roupas costumam ficar justas.
- Ausência de tamanhos maiores

**Observe as imagens a seguir e responda: qual sua opinião sobre o cão estar combinando com o dono?**

Figura 64: Imagem utilizada na pesquisa de campo



Fonte: Arquivo do autor

Gostei e usaria: 657

Gostei, mas não usaria: 413

Não gostei: 67

## *APÊNDICE C – Entrevista com a Adriana Lion Botelho*

Antes do início da marca, Adriana Lion Botelho confeccionava roupinhas e acessórios para mimar sua cadela. Ao verem seus produtos, as pessoas se encantavam e desejavam também adquirir para seus animais. A partir daí, começou o engajamento para a criação da empresa Dogato. A entrevista foi concedida em julho de 2018.

### **Há quanto tempo a Dogato existe?**

Há dois anos.

### **Como surgiu a inspiração para o nome da marca?**

Eu fiz uma pesquisa de mercado, tinha que ser um nome curto e marcante, e aí juntei “dog” e “gato”, “dog” em inglês e “gato” em português. Fiz uma junção e achei que deu certo, ficou bacana.

### **A Dogato é uma loja somente *on-line* ou possui loja física?**

Só online.

### **Em qual cidade estão concentrados seus clientes?**

Americana e Tabatinga.

### **Além de atender o público canino, a Dogato confecciona peças para outras espécies?**

Gato, só sobre encomenda. Roupinha, comedouro, bandana, sobre encomenda.

### **A empresa possui alguma parceria ou pretende ter no futuro?**

Uma parceria foi com o Senai, a gente fez uma parceria para a formação de um curso onde eu podia divulgar minha marca.

### **O lançamento das peças segue um calendário ou os lançamentos são independentes das estações?**

São independentes, hora que surge uma criação eu lanço.

**Como é feita a criação das peças e escolha de tecidos? Existe uma pesquisa de tendências ou a criação é inspiração própria?**

Por enquanto é inspiração própria, mas já estou com um projeto para voltar para fantasias também, e colocar temático. Eu acho que é um mercado que tem mais saída do que somente a roupinha em si, o animal fica mais engraçadinho, então acho que vai vender bem mais do que só a roupinha.

**As peças expostas no site já têm estoque disponível a pronta entrega? Quais os tamanhos já ficam disponíveis no estoque?**

Não, meu estoque ainda é pequeno. Eu faço só uma grade de tamanho e vendo essa grade, aí se eu perceber que tem saída para mais do mesmo modelo e da mesma estampa eu fabrico mais, caso contrário, só aquela grade, do PP ao GG. Mas eu deixo em aberto para encomenda para animal maior.

**Como funciona o prazo de entrega dos pedidos? Os prazos são iguais para produtos a pronta entrega e para os de tamanhos especiais?**

Sim, os da grade é a pronta entrega, a pessoa faz o pagamento e eu já posto no correio. Agora, tamanhos especiais são cinco dias de prazo.

**Já aconteceu de receber um pedido e não ter mais a disponibilidade do mesmo tecido que o cliente escolheu? Como lidou com isso?**

Não, nunca ocorreu. Tenho bastante opções de locais para comprar, e geralmente os fornecedores das empresas de tecidos são sempre os mesmos, então você acha a estampa em vários locais.

**Em geral, como lida com o estoque de matéria-prima e dos produtos prontos?**

Eu compro o material somente para a grade que eu vou precisar, nunca compro para sobrar. Hoje é besteira fazer estoque de tecido, porque cada dia está lançando um diferente, então eu compro somente o que vou usar. Se a demanda, por exemplo, num prazo de uma ou duas semanas eu já vendi tudo daquele modelo e daquela estampa, que eu acho que é vantagem investir um pouco mais, aí eu vou e compro mais da mesma estampa e faço novamente os modelos.

**No site você diz que também atende os tamanhos especiais, seria uma produção sob medida? E como você trabalha essa questão?**

Não sob medida, sob tamanho. O cliente me passa a raça do cachorro, e se ele está dentro dos padrões da raça ou está fora, tipo obeso, aí eu peço a medida em especial, mas caso contrário vou por padrão de raça. Mando para ele um desenho de como posicionar a fita métrica para tirar a medida.

**Quais são os maiores desafios relacionados a modelagem ideal ao que tem hoje desenvolvido pela marca?**

Acho que é o mesmo padrão que o humano também tem, é o mesmo problema, aliás. Cada raça tem um biótipo diferente, completamente diferente. Tem raça que tem o pescoço muito largo e é curto de corpo, então tem que ter uma modelagem exclusiva para aquela raça. Não posso aproveitar a mesma modelagem que eu uso em um vira lata para essa raça, por exemplo. Então o desafio ainda é o biótipo dos animais. Outro desafio é a obesidade animal. Às vezes é uma raça comum, como York Shire, é P ou PP que ele usa, mas ele está gordinho, aí eu mando o P e não serve, tem que ser o M porque ele tá gordinho, então isso é um desafio também. Não peço foto dos animais pois não dá para ter noção do tamanho, a não ser se tiver perto de alguma coisa de referência, mas é difícil pela foto saber, então o cliente tirar a medida é a melhor forma ainda.

**Qual o tamanho que mais vende e o qual o que menos vende?**

O M é o que mais vende, que se enquadra num Shitzu, Lhasa, mais ou menos. E o que menos vende é o grande, o GG, de cachorro tipo Golden, Rottweiler, essas raças maiores, é o que menos vende.

**Qual a rede social que você mais prefere para fazer a divulgação da marca?**

**Você faz divulgação pessoal também (o famoso boca a boca)?**

Facebook. Quando possível faço divulgação boca a boca, nem sempre é possível, mas procuro falar.

**Como você chegou na tabela de medidas que utiliza para suas peças?**

Tirei medidas das minhas cachorras e comecei daí, criei uma grade a partir delas. Criei um padrão de diferenças de medidas de tórax e pescoço, e criei os tamanhos

de cachorro de PP à GG, de pequeno porte, de médio porte e de grande porte. Eu tenho três tabelas que trabalho, nessas três tem do PP ao GG.

### **Quais são as preocupações ao vestir um cão?**

Primeira coisa é o conforto, porque se o animal não se sentir confortável ele vai querer tirar a roupa, ele querendo tirar a roupa esse cliente não volta a comprar. Porque ele vai tentar uma vez e não vai querer mais. Então primeira coisa é o conforto.

### **Como você sente que está o mercado para a moda *pet* hoje e como acha que vai estar no futuro?**

Olha, o mercado está em crescimento ainda, ainda tem pessoas muito fechadas com relação a isso, mas a tendência é aumentar, principalmente para os empresários, aumentar as confecções que fazem roupa *pet*. Hoje você fala para o empresário que faz vestimenta humana para investir nesse segmento e ele ainda torce o nariz, isso se ele não tiver animal, agora se você falar isso para o empresário que tem animal, o ponto de vista dele é diferente, ele se interessa mais. Então eu acho que o mercado empresarial do setor vai demorar um pouco para crescer, mas o mercado de negócios, ao cliente final, tende a aumentar, é o que eu vejo né.

### **Na sua percepção, as pessoas acham natural vestir os cães ou há uma certa resistência de que cachorros não devem usar roupas?**

Não, acho que mudou o conceito. Hoje o animal passou a ser membro da família, ele não é mais aquele que fica lá fora no quintal, então hoje a gente leva mais no veterinário, a gente humaniza mais esse animal, a gente fala com ele como se realmente ele entendesse o que a gente fala, a gente interage com ele como se realmente ele estivesse sentindo o que a gente sente. Então eu acho que com esse comportamento novo, a tendência é a gente humanizar ele cada vez mais. E uma forma de humanizar é como? Vestindo, deixando ele mais parecido conosco. Quando eu estava fazendo uma pesquisa para entrar nesse mercado, li uma matéria que falava sobre isso. A maioria das pessoas que vestem os animais, veste de acordo com a profissão ou com o hobbie que ela tem, por exemplo, se ela é motoqueira, ela vai vestir, querer fazer uma roupinha pro animal dela desse segmento. Se ela é bailarina, ela vai colocar uma roupinha de bailarina, então é uma

outra possibilidade de mercado também. Fazer roupa temática de acordo com profissões, com hobby, além de fantasia também, que estou pensando em começar.

### **Quais são as dificuldades que você encontrou nesse segmento?**

Eu acho que a maior dificuldade é a divulgação ainda. No Facebook e no Instagram você divulga bem, mas ainda parece que não é o suficiente. No meu caso, vou começar a crescer realmente como empresa, quando eu colocar um representante comercial. Mas hoje é difícil uma empresa pequena conseguir um representante comercial. Já tive alguns contatos de parceria para confeccionar no atacado, mas é muito difícil conseguir entrar nesse mercado maior.

### **Qual é a perspectiva da marca em relação ao futuro?**

Crescer, virar um Rotweiler! Já pensei em exportação, já corri atrás disso para dar uma pesquisada para ver como é, o que preciso fazer para conseguir. Não é tão difícil como a gente imagina, mas é um processo lento. E eu ainda infelizmente não tenho muito tempo para investir nisso. As pessoas têm muito interesse nesse segmento, mas eles têm muito medo ainda. Ainda é um desconhecido, e tudo o que é desconhecido gera insegurança. Acho que ainda vai levar um tempo para as pessoas levarem isso a sério e não verem isso como um passa tempo ou hobby, pensar em levar isso de carreira, de profissão. Hoje as pessoas não estão tendo filhos mais, então toda aquela carência afetiva da casa cheia de irmãos, de filhos, a gente acaba transferindo essa carência afetiva para o animal. Então todo o dinheiro que você teria planejado para gastar com uma criança acaba transferindo para o animal, então é normal você querer um vestidinho na sua princesa, querer um bonezinho, enfim, é uma forma de você suprir essa carência, eu vejo desse jeito. Então as mulheres hoje dão mais valor para isso, os homens ainda são muito careta. Eu tiro pela minha casa, eu ponho vestido na minha cachorra e ele fala assim pra mim: “mas vai sair na rua desse jeito?” Sabe, parece que eles têm vergonha, eles até acham bonitinho, acha bacana, mas tem vergonha de expor isso, e a mulher já não tem essa vergonha, pelo contrário, ela se sente orgulhosa de sair com a cachorrinha daquele jeito. Então é uma questão de postura né. É cultural, tanto em comportamento quanto em investimento, e tudo o que é cultural demora certo tempo para ser mudado, mas muda! E a vestimenta está vivendo essa transformação!”. Estamos vivendo a história, fazendo a história no caso.

*APÊNDICE D – Entrevista com o Cesmar Stokeviciene Moura (CRMV – GO 06020)*

Médico veterinário há seis anos, pós-graduado em clínica médica e cirúrgica em pequenos animais, Cesmar Stokeviciene Moura é idealizador da Atempo Pet, empresa especializada em atendimentos em domicílio de cães e gatos. A entrevista foi concedida virtualmente, por *e-mail*, em agosto de 2018.

**Você percebeu mudanças de comportamento entre o cão e o dono nos últimos anos?**

Sim! A posição que os *pets* hoje ocupam na família, é de verdadeiros filhos! As pessoas hoje preferem ter animais de estimação (cães e gatos) do que filhos, e transferem para os *pets* todo amor e cuidado que deveriam ter com os filhos.

**Qual é a raça mais recorrente em seu consultório?**

Eu atendo todas as raças, sendo assim, é impossível te precisar qual raça eu atendo mais!

**Do ponto de vista da medicina, existe alguma contraindicação para o cão usar roupa?**

No ponto de vista da medicina veterinária, a única contraindicação, seria o fato de que as roupas podem causar hipertermia (aumento da temperatura do corpo do animal). Quando o cachorro começa a arfar, com respiração curta é o momento de tirar a roupa.

**Cães pequenos e de pelo curto sentem mais frio? Isso tem comprovação científica?**

Nem sempre, isso não tem comprovação científica! Tanto o animal de pelo longo, quanto o de pelo curto, se expostos ao frio, irão sentir. O que muda é a forma como eles demonstram esse frio, mas sempre vão preferir o chão frio àquela caminha e cobertores que você comprou no *pet*.

**Os cães idosos e os filhotes sofrem mais com a baixa temperatura? Essa exposição ao frio pode chegar a adoecê-los?**

O filhote está mais sujeito a isso, pois a dificuldade em regular a temperatura é muito maior que o cão idoso! Daí a necessidade de o filhote estar sempre com os irmãos de ninhada e próximos ao calor da mãe! O cão idoso consegue regular melhor a temperatura corporal. Mesmo assim, os dois expostos a frio extremo, correm risco de vida.

**Cães com problemas nas articulações, como artrose ou artrite, sentem mais dor com o frio? É recomendado protegê-los com agasalhos?**

Sim, os animais que são acometidos de artrose e artrite, sentem dor mais aguda com o tempo mais frio. Porém, isso não é regra geral, depende do ambiente e onde esse *pet* é criado. Para usar agasalhos, precisa sempre estar atento às reações do animal e se esse *pet* se movimenta durante a noite, se ele se levanta para fazer as necessidades e se a roupa vai dar uma liberdade de movimentos para ele.

**Acredita-se que cães de pelo longo não sentem frio, e por isso não tem a necessidade de protegê-los, isso é uma realidade?**

Isso é mito. O cão de pelo longo sente frio como o cão de pelo curto. O que diferencia é que o cão de pelo longo, tem um subpelo muito abundante e esse subpelo regula a temperatura corporal para frio ou para quente. Por muitas das vezes e dependendo desse frio, é desnecessário proteger esse *pet* do frio.

**O que deve ser observado ao escolher a roupa para o *pet*?**

O que deve ser observado é conforto, temperatura do dia ou noite, se a roupa permite ao cão se movimentar, se permite a ele fazer as necessidades, se a roupa não aumenta a temperatura do corpo do animal.

**Em relação as raças (vira-lata, Poodle, Pinscher, Labrador, Shih Tzu), quais os hábitos, necessidades e comportamento de cada cão citado (uma breve descrição)**



**Vira Lata:**

**Hábitos:** É um cachorro carinhoso, leal, fiel, inteligente, resistente, companheiro.

**Necessidades:** Carinho, amor, atenção, vacinas importadas, vermífugo em dia, ração super premium, banho 1 x a cada 15 dias, brinquedos.

**Comportamento:** Isso depende muito de onde ele é criado, de quem cria e o que é ensinado para ele. Em geral, é de comportamento carinhoso, leal e fiel ao dono.

**Poodle:**

**Hábitos:** É um cachorro fiel ao dono, leal, inteligente, cuidadoso do dono e da sua família.

**Necessidades:** Vacinas importadas, vermífugo em dia, carinho, amor, atenção, ração super premium, visitas ao médico veterinário regulares. O Poodle por ser uma raça com saúde mais comprometida, precisa de cuidados mais específicos do dono e atenção redobrada à sua saúde.

**Comportamento:** Ele é amoroso, cuidadoso, leal, fiel, quando idoso tem o costume de ser mais ranzinza. Porém, o comportamento do Poodle será determinado pelo dono ou criador.

**Pinscher:**

**Hábitos:** É um cachorro mais reservado, carinhoso, mal-humorado, que em geral, se assusta com a manipulação, leal e fiel ao tutor e à sua família.

**Necessidades:** Amor, carinho, atenção, ração super premium, vermífugo em dia, vacinas importadas, ambiente saudável, visita ao médico veterinário regular, evitar que ele suba ou pule de cama, sofá e ambientes altos, afim de prevenir fraturas. Por ele ter as patas muito finas, é mais propenso à fraturas.

**Comportamento:** Carinhoso, amoroso, fiel, sensível, brincalhão e lógico, isso tudo depende do que o tutor e o criador, ensinam para o cachorro.

**Labrador:**

**Hábitos:** Quando filhote, ele é mais ativo, brincalhão e arteiro. Na medida que fica adulto, esse gosto pela brincadeira diminui e as artes também. Ótima companhia e um cão ideal para quem gosta de se exercitar.

**Necessidades:** Amor, carinho, atenção, ambiente saudável, vacinas importadas, vermífugos em dia, ração de ótima qualidade, evitar chão liso, para prevenir

displasia coxo femoral (muito comum na raça), evitar excesso de peso, exercício na medida certa. Visitas ao médico veterinário regulares. Banhos uma vez a cada 15 dias.

**Comportamento:** Ativo, brincalhão, arteiro, companheiro, leal, fiel, amigo.

### **Shih Tzu**

**Hábitos:** Tem o hábito de cuidar e proteger a família, é brincalhão, companheiro. Pela origem que teve nos mosteiros do Tibete, onde ele protegia os tesouros dos monges, é dos cães de companhia que tem o hábito de proteger e guardar o seu dono mais forte na sua personalidade.

**Necessidades:** Ração de ótima qualidade, vacinas importadas, vermífugos em dia, ambiente saudável, visitas ao médico veterinário regulares, amor, atenção, carinho, banhos uma vez por semana, coleiras do tipo peitoral, passeios de no máximo 30 minutos por dia.

**Comportamento:** Amoroso, carinhoso, leal, fiel, atencioso, brincalhão e como todos os *pets*, a criação e o ensino do dono e dos tutores garante que esse comportamento seja sempre assim.

### **Você tem conhecimento ou já atendeu algum caso de acidente relacionado à vestimenta do cão? Qual?**

Conhecimento eu não tenho e até agora, por eu atender em domicílio, ainda estou sem atender *pets* que tenham tido problemas relacionados ao uso de roupas.

### **Em nossa pesquisa, muitas pessoas relataram que seus cães são gordos, isto é mais ocorrente em tempos atuais?**

Sim, verdade. Devido à aproximação dos cães ser maior com as famílias, o que se vê é um engano que faz com que tutores e criadores, no desejo de atender as necessidades dos cães, dão mais alimentos do que os *pets* precisam, causando o excesso de peso.

## APÊNDICE E – Entrevista com a Elise Fernandes Ortega

Com enfoque em cães da raça Whippet, a empresária Elise Fernandes Ortega desenvolveu a marca Dog Style Wear que confecciona peças diferenciadas combinando com o estilo de vida dos donos. A empresa está localizada na cidade de Americana, no interior do Estado de São Paulo. Ao observar a dificuldade que seu irmão tinha de encontrar roupas para o seu cão, Elise detectou um nicho para atender um público jovem, moderno, com estabilidade financeira e que optaram por adiar ou não ter filhos. A entrevista foi concedida em agosto de 2018.

### **Há quanto tempo a Dog Style Wear existe?**

Acho que é o terceiro ano. Já é o terceiro inverno que eu estou fazendo.

### **Como surgiu a inspiração para o nome da marca?**

Eu pensei assim no *style*, de algo mais moderno. E é meio que uma gíria, a gente fala “ah, que *style* essa roupa!” aí pensei no Dog Style, tipo no *dog* estiloso.

### **A Dog Style Wear é uma loja somente *on-line* ou possui loja física?**

Só *on-line*.

### **As vendas são feitas pelas redes sociais ou também por site?**

Até o ano passado, eu tinha um site. Esse ano eu não atualizei, então eu comecei a fazer as roupas e só está pelas redes sociais. Pelo Messenger, Facebook e Instagram. E o WhatsApp também, tem cliente que pega meu telefone e faço pelo WhatsApp.

### **Em qual cidade ou região estão concentrados seus clientes?**

Olha, está mais concentrado em São Paulo capital, mas eu já vendi pra Brasília bastante, Rio de Janeiro, Goiânia, Paraná. Ah, bastante no Sul do país porque lá é muito frio. Mas a maior parte mesmo é em São Paulo.

**Além de atender o público canino, a Dog Style Wear confecciona peças para outras espécies, tipo gato?**

Eu não fiz pensando na modelagem do gato, mas já compraram sim roupinhas *pets* para o gato. A roupa vestiu bem porque ele é gordinho e a roupa é de Lycra então adaptou bem.

**Então o produto não foi específico para o gato?**

Não foi específico. Porque já me pediram, mas eu não tive tempo ainda de focar um pouco, porque os gatos não usam, eles não gostam. Então seria muito mais para uma “graça”.

**E você concorda que a demanda seria menor?**

Sim, a demanda seria menor.

**A empresa possui alguma parceria ou pretende ter no futuro?**

Olha, ainda não possuímos parcerias, mas pretendo sim. O que eu já fiz foram parcerias no Instagram com cachorros famosos. Aí os donos dos cães mandam proposta de parceria, eu mando as roupa e eles divulgam, postam fotos porque eles têm bastante seguidores.

**O lançamento das peças segue um calendário ou os lançamentos são independentes das estações?**

Olha, segue o inverno. Eu ainda estou só focando no inverno por que nas outras estações quero criar outras coisas que não são só roupas, como por exemplo, acessórios. Mas no momento estou só com o inverno mesmo.

**E a demanda também acaba sendo um pouco maior no inverno?**

Sim.

**Como é feita a criação das peças e escolha de tecidos? Existe uma pesquisa de tendências ou a criação é inspiração própria?**

Eu pesquiso um pouco de tendência de estampas. Na verdade é assim, eu bato o olho e já imagino como fica no cachorro, que eu vejo nas estampas que me atrai automaticamente, e geralmente são estampas diferentes que muitas pessoas podem

olhar e falar “é uma estampa para adulto” aí eu falo “não, é legal no cachorro também”.

**A marca confecciona os modelos de acordo com a raça, sob medida ou por tabela de medidas pré- estabelecida?**

Olha, tem tudo. De acordo com a raça, que eu faço os modelos para o Whippet, depois tenho uma tabela de medidas para os cachorros sem ser o Whippet. Para os Whippet é feito conforme a modelagem dele que eu criei medindo e cheguei em um molde. Eu mando a tabela para o cliente para ele medir o cachorro ver qual se encaixa.

**A marca a tem uma coleção que atende a raça de cães Whippet, qual o critério usado para a escolha dessa raça?**

O Whippet do meu irmão. O critério é que eles têm uma necessidade de ter roupa e não encontram, são poucas marcas que fazem. São três ou quatro no Brasil que fazem próprio para essa raça. E foi pela necessidade mesmo que me deu essa ideia de fazer.

**As peças expostas nas redes sociais já têm estoque disponível à pronta entrega? Quais os tamanhos já ficam disponíveis no estoque?**

São a pronta entrega e a tabela de Whippet é a P, M e G, e M é a maioria. O pequeno é para aquela outra raça, o Galgo Italiano, que é bem pequeno. Então são estas três medidas. Eu até pensei, “será que preciso fazer mais?”, mas com o tempo eu vi que é o G ou é M, não varia muito.

**Como funciona o prazo de entrega dos pedidos?**

Os clientes fazem a transferência *on-line* e assim que eu vejo que fizeram a transferência eu posto. Hoje em dia tenho muitos clientes que eu já conheço, então eu já mando rápido. Geralmente duas vezes por semana eu vou aos correios.

**Já aconteceu de receber um pedido e não ter mais a disponibilidade do mesmo tecido que o cliente escolheu? Como lidou com isso?**

Já, bastante. Dou outras opções de tecidos. Como é uma confecção pequena, eu não faço em grande quantidade, então as peças são exclusivas.

**E os clientes são compreensivos?**

São compreensivos. Porque eu dou outras opções, então eles gostam das outras opções também!

**Em geral, como lida com o estoque de matéria-prima e dos produtos prontos?**

Eu trabalho sozinha. Compro, confecciono, cuido do marketing, tudo sozinha. Eu vejo que está mais vendendo, se vai esfriar, vejo que está acabando o estoque e aumento o estoque. Não tenho controle rígido.

**A marca também atende tamanhos especiais? Caso sim, como você trabalha essa questão?**

Sim, atende. Inclusive eu tenho um amigo que ele tem um Dogue Alemão que é bem grande e magrelo e eu fiz um moletom sob medida.

**As pessoas procuram pelas roupas mais no inverno ou em outras estações também?**

Mais no inverno.

**Quais são os maiores desafios relacionados a modelagem ideal ao que tem hoje desenvolvido pela marca?**

Maior desafio são algumas medidas fora do padrão. O maior desafio é criar modelagem, adaptar ao tamanho certo para o cachorro

**Qual o tamanho que mais vende e o qual o que menos vende?**

O que mais vende é o G. O que menos vende é o M.

**Da raça Whippet?**

Da linha Whippet e para outras raças! O que vende pouco é o P. Inclusive não sei o por que.

**Será que o mercado tem bastante para o pequeno e você que é um diferencial?**

É, acho que é isso. No mercado *pet* tem bastante roupas para cães pequeno. Acham que me buscar por ter o diferencial.

**Qual a rede social que você mais prefere para fazer a divulgação da marca? Você faz divulgação pessoal também (o famoso boca a boca)?**

O Instagram tem mais resultado! E faço por boca a boca com a ajuda de clientes, amigos.

**Quais são as preocupações ao vestir um cão?**

Que as roupas sejam boa qualidade, se vai servir, se vai ficar confortável. Acho que a preocupação é a modelagem adaptar ao cachorro.

**Como você sente que está o mercado para a moda *pet* hoje e como acha que vai estar no futuro?**

Eu acho que está cada vez crescendo mais. Quando eu comecei, já estava crescendo. Mas nos últimos dois anos para cá, você vê até na televisão e antes não davam essa importância que hoje dão.

**É uma referência de qualidade de vida você ter um cachorro para ter uma vida equilibrada?**

É um gasto também. Eu acho também que, com a correria do dia-a-dia, casais jovens e modernos que trabalham muito estão trocando filhos por cachorro. Por que é assim, é trabalhoso, tem custos, mas acho que não se compara cães com filhos.

Eu tenho muitos clientes que fazem festa de aniversário, contrata *Buffet* e tratam como filhos, como criança mesmo. Tem creche, padaria para cachorro! No caso do meu irmão, ele trabalhava e deixava o cachorro na creche. O cão voltava até tinha um caderninho da creche de comportamento do tipo 'hoje ele não comeu direito' 'hoje ele aprontou tal coisa' ou 'hoje ele está muito quietinho'.

**Isso em Americana?**

Não, em São Paulo. Em Americana, acho que tem uma creche, o My Dog. Nunca tive contato com eles, até queria ter. Acho super interessante. My Dog é a mais famosa, mas tem outras menores, tem bastante em Americana, às vezes não tem fachada, é a casa da pessoa, que ela tem um lugar, um espaço, um lugarzinho. Eu gostaria de fazer isso. Estou cursando auxiliar de veterinário. Não que eu pretenda trabalhar nesta área, mas para ter conhecimento da saúde do cachorro e depois eu quero focar na parte estética para cachorros. Quando eu morava na Espanha há oito

anos atrás, eu tinha um amigo que ele tinha um hotel para cachorros. E a gente até morava juntos. Ele recebiam de pessoas que iam viajar. O estabelecimento não tinha fachada e a propaganda era por boca-a-boca. As pessoas iam viajar e deixavam o cachorro com ele.

**Tem que ter uma troca muito grande de confiança.**

Tem. Ele fazia cursos como auxiliar de veterinário, adestramento, porque tem que saber dar ordens para os cachorros. Muitos brigam entre eles e tem que saber lidar. Tem que interagir eles também, com prêmios e biscoitos.

**Na sua percepção, as pessoas acham natural vestir os cães ou há certa resistência de que cachorros não devem usar roupas?**

Quando eu comecei, inclusive amigos, achavam que era frescura. Hoje acham mais natural. A minha mãe é um exemplo também, quando eu comecei achava estranho vestir os cães. Hoje tem cachorro, põe roupa e acha uma graça. Mudou muitos em dois anos, em um curto tempo. Tem alguns que ainda acham exagero, que não tem necessidade. O Whippet, é uma necessidade! Agora os outros, mesmo que não seja por necessidade, os tutores gostam de vestir porque vão para a praça e querem levar os cachorros bonitos.

**Quais são as dificuldades que você encontrou nesse segmento?**

Eu acho que é a divulgação. Aceitação também. De vender *on-line*. As pessoas não sabem se as roupas vão ficar boas ou não, se serve, insegurança de comprar... Então eu fui conquistando aos poucos. Eu tinha que passar bastante segurança para as pessoa acostumarem a comprar *on-line*, por que os consumidores ainda preferem ir, ver e provar em lojas físicas.

**Qual é a perspectiva da marca em relação ao futuro?**

Eu penso em crescer, fazer mais coleções. Eu quero criar acessórios e mais coisas além de roupas.



*APÊNDICE F: Entrevista com Renato de Moraes Sarmiento (CRMV – SP 9106)*

Renato de Moraes Sarmiento é proprietário da Tratadog, uma clínica veterinária situada em Americana, interior do Estado de São Paulo. Ele é formado como médico veterinário desde 1995 pela Universidade Estadual de Londrina, e pós-graduado pela Universidade Castelo Branco em clínica e cirurgia de animais silvestres desde 2006, trabalha com clínica e cirurgia de cães, gatos e animais silvestres desde então. A entrevista foi concedida em agosto de 2018.

**Quanto tempo que a Tratadog existe?**

Então, eu estou formado a 23 anos, completou agora na metade do ano 23 anos, e a Tratadog existe há 20 anos.

**Sempre foi aqui nesse ponto?**

Não, eu comecei a atender de plantonista num lugar, depois montei um consultório dentro de um outro lugar. Depois a Tratadog mesmo começou na Nove de Julho, ficou dois anos lá, depois passou pra avenida Brasil e fiquei dezoito anos lá, e agora estou aqui na Fortunato Faraone e lá na Praia dos Namorados também.

**Você percebeu mudanças de comportamento entre o cão e o dono nos últimos anos?**

Muito, muita mudança. Hoje em dia, as pessoas criam os cães mais próximos das pessoas e dentro de casa uma boa parte das vezes. Muita gente cria cães e gatos em apartamentos, mas mesmo os animais maiores que ficavam antes lá no quintal e era um bicho do quintal, hoje em dia participa da rotina do dia a dia da casa.

**Qual é a raça mais recorrente em seu consultório?**

Olha, raça de cachorro é moda, como a maioria das outras coisas também é. Apesar do cão não ser um produto, é um ser vivo, mas ele também entra no mercado, porque gera consumo, então também tem moda. Antigamente, cada época era uma moda diferente, então uma época era Poodle, York, e dos cães grandes era Rottweiler, era Dobermann, depois mudou do Poodle, do York pro Maltês, e Labrador dos grandes, e um pouco depois o Pitt Bull dos grandes, e agora

ultimamente as raças que estão mais na moda são o Shih Tzu e o Lhasa, e das raças grandes o Golden Retriever.

**Entre os cães de raça e os vira-latas qual a porcentagem, mais ou menos, que as pessoas aderem mais, cães de raça ou são mais vira-latas?**

Eu diria que é mais ou menos 50%, muita gente busca adoção, e que é bacana, eu acho super legal, é claro que trabalho de conscientização para castração tem que ter, as pessoas devem castrar os animais, e hoje em dia se castra bastante sim, mas eu não acho errado e não sou contra a criação de cães. Porque todas as raças na verdade que existem hoje, todas, sem exceção, foram desenvolvidas pelo homem, não existia nenhuma dessas raças de cães na natureza, então todas as raças vieram por alguma finalidade, cães de companhia, cães de caça, cães de guarda. E os cães de caça principalmente, tinham uma função de verdade, uma função de caça mesmo, que antigamente se usava pra caçar, principalmente na Europa, para ter a comida vamos dizer assim. Então todas as raças foram desenvolvidas, e não acho que deixar morrer isso seja legal, tem que ter critério para a criação, não pode virar só um comércio, mas eu acho que é legal. Determinadas raças têm características específicas, então se você procura determinadas características, você deve comprar um cão de uma raça, se você só quer um companheirinho e não tem perspectiva nenhuma você pode adotar um cachorrinho da rua. Eu por exemplo, sou veterinário, mas eu tenho cachorro de raça que eu comprei, e tenho cachorro que peguei da rua, aliás eu tenho outra modalidade também que é o cão de raça que foi adotado, porque a nossa já é a quinta casa que ele passou e não tava se adaptando, isso acontece também, entendeu. Então, não é porque o cachorro é de raça que é garantido que ele vá ficar numa casa, às vezes ele vai pra adoção também, é claro que é mais fácil de ser adotado do que um cachorro vira-lata, tem alguns vira-latas que são bonitinhos, pomponzinho pequenininho, e tem aqueles cachorros porte médio, com uma orelha de cada tamanho, então são mais difíceis de serem adotados.

**Do ponto de vista da medicina, existe alguma contraindicação para o cão usar roupa?**

Não, na verdade eu acho que tudo tem que ter critério e parcimônia, você não pode por uma roupa fechada num cão de pelo longo, no verão, e deixar ele 24 horas com

a roupa, que vai criar problemas de pele sim. Mas na verdade, hoje em dia, até por conta dessa proximidade que a gente tem, é importante o cão ter uma roupa, porque faz frio, principalmente se ele vai ficar pra fora de casa, eles sentem frio como a gente. Claro que os cães mais peludos, com subpelo, tem uma proteção maior quanto ao frio do que a gente, mas eles também sentem frio, então determinadas raças precisam sim de roupa, não é contraindicado não. E a roupa também tem outros usos além do estético, por exemplo, hoje em dia a gente tem uma linha grande de roupas pós cirúrgicas, que é uma roupa que evita do cão ter acesso ao local onde foi feita a cirurgia, e hoje em dia tem vários tipos, a maioria delas de corpo inteiro tem o zíper pelas costas, com a gola bem alta pra pegar o pescoço, com as pernas compridas pra pegar lesões nas pernas, então a roupa tem essa função também além da estética. E a estética também, aí é muito de cada pessoa, tem gente que gosta de enfeitar o cachorrinho, de fazer roupas bem humanas, com boné, com isso com aquilo, e tem gente que quer só uma roupa pra aquecer o animal, acho que as duas funções são válidas e elas podem existir sem problemas nenhum. Tem contraindicação pra alguns tipos de cão, pra alguns animais que tem problemas de pele, pra temperaturas que sejam adequadas, você não vai botar uma roupa de lã, num cachorro de pelo longo, no verão, e deixar ele o dia inteiro com a roupa, ele vai passar mal. Mas se você pegar um Pinscher, por exemplo, que é super friorentinho, e botar uma roupinha legal, até de golinha ou com plush, com pelo, bem quentinha, ele vai agradecer infinitamente.

### **Cães pequenos e de pelo curto sentem mais frio? Isso tem comprovação científica?**

Tem, é assim, tem vários fatores que tem que ser considerados, não é porque ele é pequeno ou porque simplesmente o pelo é curto que eles sentem mais ou menos frio, tem uma série de fatores. Primeiro aonde ele nasceu, por exemplo, se você pegar um São-bernardo que nasceu aqui no Brasil e levar ele pra Suíça, na neve, ele vai sentir frio, ele tá acostumado aqui, se você pegar ao contrário, um cachorro que nasceu num lugar que neva e trouxe pro Brasil, ele vai passar muito mais calor. Mas se você pensar que um cão de pelo longo, com subpelo, que é um pelo lanoso, e que tem uma camada de gordura grande, vai passar mais calor do que um cão que tem pelinho fininho, batidinho, ele vai passar mais calor, mas tem que lembrar que aquilo lá é o corpo dele, o pelo faz o isolamento térmico também pro frio e pro

calor. Se pensar em um daqueles filmes de deserto e olhar um beduíno, ele não tá de camiseta no deserto, ele tá com uma capa de lã, porque? Porque dentro da capa tá mais fresco do que no sol, então a roupa também faz essa proteção, o pelo do cão também faz essa proteção, então não é porque ele é um São-bernardo peludo que ele tá morrendo de calor na sombra, é claro que ele não vai ficar deitado no sol, mas ele tem uma proteção térmica também. Agora os cães que não tem subpelo, Pinscher, Dobermann, Boxer, Buldoguinho Francês, esses cães que tem o pelo batidinho, eles tendem a sentir mais frio porque ele não faz essa camada de isolamento térmico. O Pinscher em especial, porque ele é muito magrinho, ele tem pouca camada adiposa, se você comparar um Pinscher com um Bulldog por exemplo, o Bulldog tem muito mais gordura. E tem cão que tem pelo curto e tem muito subpelo, tipo o Pug por exemplo, além de ter gordura, então é um cachorro que não sente frio. Agora, tem um negócio que é interessante, tem um amigo meu que morou na Finlândia, e na Finlândia faz as vezes menos quarenta, e ele fala o seguinte, que até menos dez, todos os cães brincam na neve, Dálmata, Dobermann, Boxer, Pinscher, qualquer um deles, não só São-bernardo, Akita, Husky Siberiano que tem aquela camada protetora, todos eles. Abaixo de menos dez, todo mundo não quer ficar na neve, todos eles ficam com muito frio, é bem interessante. Eles têm uma tolerância ao frio, mas chega uma hora, é que aqui no Brasil a gente não vai chegar a isso, lógico. Mas sim, eles têm tolerância e tem diferenças sim. Claro que um Husky Siberiano é muito mais adaptado pro frio do que o Pinscher, é claro que eles sofrem mais no calor do que um Pinscher, então a camada de pelo e de gordura influencia sim.

### **Os cães idosos e os filhotes sofrem mais com a baixa temperatura? Essa exposição ao frio pode chegar a adoecê-los?**

Sim. Tanto o filhote como o idoso, mas talvez principalmente o idoso, tem uma termo regulação pior, assim como a gente. É que o cão filhote, a tendência é enquanto ele é bem novinho, ele tá mamando, ele tá junto com a mãe e tal, então ele fica bem aquecido, normalmente ele fica num ninho, numa toca, numa caixa, então ali a tendência dele é sentir menos frio. Já o idoso não, o idoso muitas vezes tá lá no quintal, e ele passou a vida inteira naquele quintal e bem, na mesma casinha, e de repente de uma certa idade pra frente ele sim, passa a sentir mais frio, porque? A camada de gordura dele diminui, a massa muscular dele diminui, porque diminui os

líquidos todos do corpo, eles perdem água, como a gente perde, então perde massa muscular e perde camada de gordura, então a tendência é eles sentir mais frio sim. E os ossos todos podem ter as artroses, as coisas que com as variações de temperatura deixam eles mais doloridos, então o clima influencia mais pro idoso com certeza.

**Cães com problemas nas articulações, como artrose ou artrite, sentem mais dor com o frio? É recomendado protegê-los com agasalhos?**

Sentem, sentem sim. Nessa situação que eu falei sempre é recomendável sim. Tem que tomar um cuidado, não é pra deixar a roupa o tempo todo, mas é recomendado sim, principalmente se o cão fica pra fora de casa.

**Acredita-se que cães de pelo longo não sentem frio, e por isso não tem a necessidade de protegê-los, isso é uma realidade?**

É, eles sentem menos frio por causa da camada protetora, principalmente porque a maioria dos cães de pelo longo tem subpelo, então eles sentem menos frio, mas alguns sentem bastante frio sim, e pode-se usar roupinha sim. Tem que ser uma roupa adequada e com certeza não deve ficar o tempo todo com roupa, isso também é uma coisa importante.

**Você falou pra não ficar com a roupa o tempo todo, isso a gente já imagina, pelo menos a gente tem uma noção né? Por exemplo, esses dias de frio, vou usar em casa como base, na minha cachorra eu coloco roupa nela a tardezinha quando eu chego do trabalho, pra ela dormir e eu tiro de manhã pra pele respirar, seria o ideal? Por que assim, a gente não pode deixar o tempo todo, mesmo que a semana inteira esteja frio né?**

Seria o ideal. Porque assim, a pele do cão é diferente da nossa, eles não têm glândula sudorípara, e tem menos glândula gordurosa do que a nossa, algumas raças, algumas raças têm bastante, tipo Yorkshire, por exemplo, se deixar ele o tempo todo com roupa ele vai ficar ensebado, ele tem muita secreção gordurosa. Mas eles não têm glândula sudorípara, você nunca vai ver ele molhadinho de suor, eles simplesmente não transpiram. Agora um cão de pelo mais longo, ele vai ter o pelo comprometido com a roupa, principalmente os cães que tem um pelo fino, o Maltês, o York, o Lhasa, o Shih Tzu, vai acabar embaraçando todo esse pelo. Então,

a roupinha o tempo todo, ou muito tempo, ela vai comprometer a pelagem do animal e aí sim pode comprometer a saúde, levando a ter fungo, esse tipo de problema, ou piodermite, problemas de pele. Normalmente o que a gente recomenda pra quem tem um cão de pelo longo e gosta de usar roupinha, é que use uma tosa mais baixa, pelo menos no corpo, nas patinhas não precisa, mas pelo menos no corpo, pra poder não ficar tão embaraçado o pelo, aí você consegue manter mais tempo com a roupinha. Mas não é legal ficar o tempo todo com a roupinha porque, a maioria do tempo, pelo menos aqui no nosso clima, a gente não usa agasalho o tempo todo, você não tá durante o dia por exemplo com o mesmo agasalho que você tava a noite, você dorme de pijama, de cobertor, de meia, etc. Então se você deixar o cão com a roupa o tempo todo, é a mesma coisa que você ficar com aquela roupa que você tava dormindo, debaixo do cobertor, o dia todo, você vai ter um stress térmico também. Mas assim, saiu um solzinho, o cachorro vai ficar tomando um solzinho, pode tirar a roupa, deixa ele tomar sol, porque ele também tem uma proteção térmica melhor que a nossa, principalmente os que tem alguma coisinha de pelo. Então, ele vai ficar confortável mesmo que esteja um clima de dez, doze graus, se ele tá tomando um solzinho, ele tá confortável, ele não tá com frio. A não ser que seja, um muito velhinho, um cão que tá debilitado, uma raça muito específica, um Pinscher, um Chihuahua, um Pelado Mexicano, aí ele vai tá com mais frio. O gato já não é tão amigo da roupa né? Gato não gosta não, é mais difícil. Gato é um carinho que não é desse planeta né, vocês sabem? (Risos). Eles tiram, mesmo a roupinha cirúrgica que é com zíper pelas costas eles tiram às vezes, eles saem da roupa né, sem estragar a roupa. Porque cachorro rasgar a roupa é comum, mas o gato sai da roupa sem tirar o zíper. O gato é normalmente mais complicado, mas tem gato que usa numa boa, tem gato que anda de coleira, então é questão também de hábito.

### **O que deve ser observado ao escolher a roupa para o *pet*?**

Eu acho assim, não tem uma padronização de modelagem, aliás, aqui no Brasil nem pra gente tem padronização de modelagem, e pro cão realmente é mais difícil você fazer um padrão de modelagem. Então cada marca faz uma roupa com um número, ou P, PP, M, G, GG, mas cada uma é de um tamanho. Então o bacana pensando na parte comercial, se você vai desenvolver uma linha de roupinha, é legal ter as medidas da roupinha, ou pelo menos sugestão de raça pra cada tamanho, sugestão porque tem York de dois quilos e York de seis quilos, mas pelo menos a pessoa se

identifica um pouco com o tamanho, pra ela conseguir se orientar um pouco melhor. Então eu acho que pra desenvolver a roupinha, observar isso né, mostrar pra pessoa qual que é a roupinha adequada pro cachorro dele. Para o cão tem que ser um negócio confortável, é logico que a criatividade pode falar alto, mas tem que ser um negócio pro cão, e não pra gente. Então não adianta ter muito penduricalho, não adianta ser um negócio muito engomadinho, ou um negócio que seja desconfortável pro cão. Tem que ser algo que permita ele ser um cão, se movimentar como um cão, eu acho que isso é importante. Se vai ter bracinho, se não vai ter bracinho, tem que ser uma modelagem adequada pra anatomia dele. Eu não vejo restrição de ter manga comprida, de ter gola mais alta, porque tem até umas roupinhas que tem isso, que parece uns pijaminhas e é super legal, mas tem que ser observado a anatomia do cão. É claro que você vai trabalhar mais ou menos com uma média, porque se você for fazer uma roupa pra um cachorro de dois quilos, aí um Pinscher de dois quilos tem um tipo de corpo, um York de dois quilos tem outro tipo de corpo, e um Buldoguinho Francês de dois quilos tem outro tipo de corpo. Um é magrinho, fininho, o peitinho é comprido, o outro é atarracado com peito largo, e baixotinho com o pescoço dessa largura, então não é muito fácil. Talvez os materiais tenham que ser um pouco mais elásticos, mais soltos, mais fáceis de se adaptar ao corpo.

**Em relação as raças (vira-lata, Poodle, Pinscher, Labrador, Shih Tzu) qual é o comportamento, hábitos, necessidades?**

Eu colocaria o Lhasa, porque tem muita gente que tem Lhasa e acha que é Shih Tzu, e tem Shih Tzu e acha que é Lhasa também. O Poodle já teve muito mais, tem menos hoje em dia, mas ainda tem. O Labrador continua tendo bastante, mas hoje em dia vejo mais gente vindo com filhote de Golden Retriever do que de Labrador. O Pinscher sempre tem, só que é tudo Pinscher lata, é tudo vira-lata. E dessas raças todas, o Shih Tzu é o que menos precisaria de roupa, porque é o que tem o pelo mais longo, dá pra por roupa em Shih Tzu? Dá, tem que manter o pelo mais curtinho e observar o material que vai usar pra não embolar tanto o pelo, pra pelagem respirar melhor e tal. Eles são mais tranquilos, os Shih Tzu normalmente. O Pinscher é o que vai passar mais frio com certeza, e é bem ativo, normalmente acaba ficando muito dentro de casa também, até pelo tamanho. O Labrador já fica fora de casa, mas embora ele tenha pelo curto, ele tem subpelo, e tem uma boa camada gordurosa, então ele não é o cachorro mais friorento de todos, mas pra ele uma

capa, uma camisa de um material mais leve, eu acho que funciona nessas noites de frio. E o Poodle se ele tiver tosadinho, bem baixinho, ele aceita qualquer tipo de roupa, e se ele tiver com o pelo mais longo, ele fica bem protegido do frio, embora ele não tenha tanto subpelo. Aliás, o Poodle é a única raça de todas que não solta pelo.

**Você tem conhecimento ou já atendeu algum caso de acidente relacionado à vestimenta do cão? Qual?**

Sim. Principalmente se o cão se enrosca com a roupinha. Gato é comum, como eu falei, gato tenta tirar e fica enroscado na roupa. Mas já tive casos sim, por exemplo de cão que pulou e se enroscou com a roupa. Uma coisa que é comum eles enroscarem o dente na roupa e ficar enroscado, ou enroscar a unha e ficar com a pata dentro da roupa enroscada, também é comum. Botão, detalhe, lacinho e etc, é potencialmente perigoso porque eles acabam arrancando. Tem cachorro que fica parecendo uma princesa e não se mexe, mas tem cachorro que arranca tudo. Então tem que tomar um cuidado, tem que ser bem costurado, tem que escolher os materiais. O risco sempre tem porque é um cão né, mas tem que tomar cuidado com o acabamento, não pode deixar um negócio muito solto, ou que seja de fácil acesso, os detalhes normalmente da roupa do cão, no meu modo de entender, tem que ser num lugar onde o acesso pro cão seja menos fácil dele acessar, por exemplo nas costas. Se for por uma flor ou um laço, que seja nas costas e não no peito, ou na lateral que é onde ele consegue tirar com mais facilidade. zíper é sempre um detalhe um pouco mais perigoso, porque ele pode enroscar o dente, na hora de fechar o zíper pode prender os pelos. As roupinhas cirúrgicas por exemplo, são de zíper, quando é cachorro de pelo longo dá trabalho pra por, tem que enfiar a mão e fechar o zíper por cima da mão, porque se não fica pelo pra fora e aí na hora de tirar machuca. Então, às vezes velcro é mais prático pra uma roupa do dia a dia do que o zíper. Pra roupa cirúrgica é bom o zíper porque é mais difícil de abrir ou de soltar, o velcro as vezes eles conseguem, mas pra uma roupa estética, não sei se o zíper é uma boa ideia. Tem que tomar um certo cuidado, ou posicionar ele de uma maneira que seja bacana, por exemplo, quer fazer um modelo mais ajustadinho, então coloca o zíper nas costas. Mas tomar cuidado com os detalhes nesse sentido, porque o cão pode sim se interessar, e pensar que cão vai estar com aquilo uma boa parte do tempo e alguma coisa pode chamar a atenção. Então se você puser por exemplo,



um pompom pendurado, vai ser super engraçado, ele vai querer mexer no pompom. Se você puser um guizo, ele vai encher a paciência dele com o guizo, porque vai ficar fazendo barulho. Às vezes é uma ideia super bacana e vai ser atrativo, mas às vezes vai encher a paciência do cachorro. Eu já tive roupinha aqui por exemplo, que vinha com bolsinho pra guardar petisco e tal, a ideia é legal, mas você vai guardar um petisco na roupa, ele vai querer arrancar a roupa. Então a ideia às vezes é legal, mas não funciona.

**Em nossa pesquisa, muitas pessoas relataram que seus cães são gordos, isto é mais ocorrente em tempos atuais?**

É, quanto mais dentro de casa o cão tá, ou quanto mais próximo ele tá da gente, mais ele adquire os hábitos das pessoas. E hoje em dia, a população toda tá mais gorda, primeiro porque tem excesso de comida, segundo porque a comida que a gente come é uma porcaria mesmo, então a gente exagera na dose. E pro cão, principalmente os pequenininhos, é muito fácil exagerar na dose. Às vezes a gente baseia a fome do cachorro pela nossa fome, e invariavelmente você pesa 20, 30, 40 vezes mais do que o cão. Se você pegar um cachorrinho de dois quilos, uma pessoa de sessenta quilos pesa 30 vezes mais do que o cachorrinho, e aí você dá um prato de comida assim pra ele, quando na verdade a dose deveria ser uma colher, então por isso que eles ficam obesos. E mesmo as rações são muito energéticas e muito calóricas, porque são de boa qualidade hoje em dia, então é muito fácil engordar um cão, e eles são sedentários, porque se o dono é sedentário, o cão também é sedentário. Então a obesidade é uma realidade, a diabetes é uma realidade.

**Tem alguma indicação de literatura que nos ajude a melhor entender a ergonomia dos cães?**

Eu acho que se você pegar um atlas de anatomia, talvez possa te ajudar. Você vai entender a estrutura anatômica de ossos e musculatura, que eu acho que é o mais importante pra modelagem. Só que o problema é aquilo que falei, tem uma infinidade de raças, de vários tamanhos, e os cães na verdade tem uma característica muito interessante, porque a genética de um Pinscher, ou de um Chihuahua de um quilo e meio é a mesma de um São-bernardo de noventa quilos, só que a estrutura anatômica deles, embora seja parecida, tem muitos detalhes diferentes, o comprimento do corpo, a profundidade do tórax, o formato do tórax.

Vamos pensar por exemplo num cachorro de porte grande, um Dobermann por exemplo, que tem setenta centímetros de altura de cernelha, um cachorro desse tamanho pesa por volta de 45 a 50 quilos, o tórax dele é comprido e oval. Se você pegar um Terra Nova de setenta centímetros de altura ele vai pesar 80 quilos, e o tórax dele vai ser arredondado, e ele tem os mesmos setenta centímetros de altura, e tem um comprimento maior do que um Dobermann. Então, esses atlas de anatomia vão te dar uma ideia. Pra estudo normalmente se usa o Beagle, que é um cão de porte de dez quilos aproximadamente, com aquele formatinho quadrado do corpo, é um padrão. Mas se você fizer roupa em cima de Beagle você não vai atingir uma parte da população. Até porque tem linguicinha, que é comprido e baixotinho, tem Pug que é redondinho, tem Pinscher que é magrelinho. Pra modelagem eu acho que a profundidade do tórax, a circunferência do tórax, a distância entre a cernelha e a base da cauda, o pescoço em si, o membro anterior e o membro inferior, são as medidas mais importantes. Eu acho que uma boa solução é fazer uma tabela de sugestão de raças, e de repente até na linha toda, criar uma linha por exemplo, pro Basset, que é um carinha diferente, é um comprido, e toda roupa pra Basset fica curta. Então de repente você tem uma linha Basset, ela é mais compridinha, é uma sacada legal. Mas você pode pensar que vai ficar restrito só pra esse cachorro, mas quanta gente não tem um linguica em casa, ou um mestiço que é meio comprido? Tem que pensar que tem muita variedade, tem que pensar que muito grandes não vão ser os que tem maior comércio. Apesar dos cachorros grandes ficarem mais pra fora, são também os que tem menos proximidade com as pessoas, então as menores vendem mais. As pequenas também não podem ser tão pequenininhas porque não é todo cachorro que é muito minúsculo, todo mundo quer os minúsculos, mas não é todo mundo que tem. As roupinhas muito pequenas às vezes vendem pra filhote, ou um ou outro Pinscher que aparece, o resto fica encalhado. Uma coisa que eu já vi e achei bacana, que pode ter um mercado, é capinha de chuva. O pessoal às vezes sai pra passear com o cachorro. Uma coisa que é bacana lembrar também é que tem um mercado que às vezes não é explorado que é o mercado do passeio. Tem hoje em dia umas roupinhas que já vem com a guia pra enganchar, e tem umas que tem a passagem pra por a guia, pra não ter que tirar a roupa pra por, ou por a guia por cima, isso às vezes é uma sacada legal. E essa da capinha de chuva é bem bacana, eu sei que tem já no mercado, que existe. De repente, vocês bolarem uma

roupa com um tecido que não seja propriamente uma capa de chuva, mas que seja impermeável, que possibilite passear no sereno, na chuva.

**E os sapatinhos, as pessoas tem aderido bastante ou não?**

Não. Não pelo seguinte, o sapato é muito esquisito pro cachorro, sapato é bom pra tirar foto. Põe, tira foto e tira. O cachorro odeia, porque o cachorro não sente o chão quando ele tá de sapato e aí ele se perde, então sapato não é uma boa. Viseira, bonézinho, até é gracioso, mas também não é muito legal, é difícil deles ficarem, é difícil de modelar pra que fique anatômico. O boné é algo que fica limitando ele demais também, não é fácil de modelar na cabeça deles, porque a cabeça deles normalmente é rasa.