

Cliente: ABINPET
Veículo: Brasileiros
Cidade/Estado: São Paulo
Data: 03/10/2015
Tema: Inteligência de Mercado
Tipo de mídia: online
Tipo de veículo: site
Link: <http://goo.gl/JMwtvF>

Economia

Em plena crise, mercado de pets prevê crescer 7,4% e faturar R\$ 18 bi em 2015

Comércio voltado a animais de estimação vira opção para quem deseja lucrar em ano de recessão econômica

Wanderley Preite Sobrinho

03/10/2015 8:30, atualizada às 01/10/2015 12:21



Em plena crise, o setor chegará ao fim de 2015 com R\$ 17,9 bilhões de faturamento – Foto: EBC

Pesquisa inédita realizada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) divulgada este ano já avisava: as famílias brasileiras têm mais animais de estimação do que filhos: a cada 100 famílias, 44 têm cães, 36, preferem crianças. Ao todo, são 52 milhões de cachorros contra 42 milhões de meninos e meninas de até 14 anos.

Em tempos de crise econômica, não é um cenário para ignorar. O que não falta são oportunidades de negócios no setor de pet, que, de acordo com dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet), movimentou R\$ 16 bilhões no ano passado, aumento de 8,2% se comparado a 2013.

Estudo da Abinpet indica que, em plena crise de 2015, o setor chegará ao fim do ano com R\$ 17,9 bilhões em faturamento, 7,4% sobre 2014. Os responsáveis são os 132,4 milhões de animais de estimação, divididos em 52,2 milhões de cães, 37,9 milhões de aves, 22,1 milhões de gatos, 18 milhões de peixes ornamentais e 2,21 milhões de pequenos animais, como répteis e mamíferos.

Para se ter uma ideia das possibilidades do setor, uma rede de franquias de cursos profissionalizantes, a Sigbol Fashion, passou a oferecer um curso de moda para bichos. As aulas capacitam quem busca produzir roupas e acessórios para animais de estimação como forma de ganhar dinheiro.

O diretor da rede espera um aumento de 25% nas matrículas do curso em 2016. "A cada mês observamos um avanço na procura por este tipo de aprendizado. Em agosto registramos um crescimento de 10% no número de alunos matriculados. Até o final do ano esperamos atingir uma quantidade ainda maior de adeptos", diz Aluizio de Freitas.

Aluna do curso, Fernanda Trentin, de 23 anos, é estilista e já trabalhava por conta própria quando decidiu aprender um pouco mais sobre moda para animais de estimação. "Assim que os meus clientes souberam do curso, eles se empolgaram e passaram a comprar também para seus animaizinhos", conta. "Vejo um futuro promissor nesse nicho. Hoje em dia consigo faturar 50% a mais com as customizações pet."

Termômetro desse mercado, o Pet Fair, uma feira especializada em animais de estimação, realizou sua terceira edição na semana passada, quando levou cerca de 20 mil pessoas a seus estandes em São José dos Campos, interior de São Paulo.

De acordo com os organizadores, sua proposta é trazer "palestras, concursos de cães e gatos, desfile de moda pet, minifazendinha, show de cachorros, doações de animais, entre outras atrações". Tudo para fomentar os negócios do setor.

Nesta edição, a feira apresentou o curioso conceito de apoio psicológico para donos de animais que acabaram de morrer. A ideia surgiu no Pet Memorial, [primeiro crematório de pets da América Latina](#), localizado em São Bernardo do Campo, no ABC paulista. A empresa percebeu que essa cortesia aos que cremam seus bichinhos ajuda, ou pelo menos ameniza, o "peso" na hora do adeus definitivo.

Joelma Ruiz, consultora em psicologia do luto, diz que a sociedade pode não reconhecer esse tipo de luto, mas as pessoas que estão envolvidas no adoecer e no morrer do animal precisam reconhecê-lo e compreendê-lo. “Deixar a pessoa manifestar seu sofrimento é o melhor remédio”, aconselha.

De acordo com Abinpet, Brasil, China, Rússia e Índia, países que fazem parte dos Brics – o grupo comercial que também inclui a África do Sul – foram responsáveis pelo crescimento de 34% na venda de comida para bichos de estimação em pet shops e superlojas em todo mundo entre 2009 e 2014.

Ainda segundo a associação o Brasil exportou mais de US\$ 200 milhões em produtos para animais de estimação de janeiro a junho de 2015. Os principais destinos são Paraguai (10%), Estados Unidos (5%), Uruguai (5%) e Venezuela (5%). “O fato de que os Estados Unidos estarem entre nossos maiores compradores mostra que o produto pet nacional tem padrão de qualidade mundial”, explica o presidente executivo da entidade, José Edson Galvão de França.