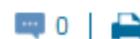


Cliente: ABINPET
Veículo: DCI
Cidade/Estado: São Paulo
Data: 05/01/2016
Tema: Inteligência de Mercado
Tipo de mídia: online
Tipo de veículo: portal
Link: <http://goo.gl/vAUeCd>

DCI
SP



05/01/2016 - 05h00

Mercado de ração pet cresce e anima indústrias regionais

De olho no mercado de alimentos premium e superpremium para pets, fabricantes, como a Special Dog, investem em novas linhas de produção



Primeira fábrica da Special Dog, em Santa Cruz do Rio Pardo, tem produção mensal de 10 mil toneladas
Foto: Divulgação

Bauri e Região - Os dados da produção nacional de Pet Food (alimento completo industrializado) no ano de 2014, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet), mostram que a indústria ainda não chegou nem à metade do seu potencial estimado.

No entanto, o quadro geral do setor é positivo, já que o balanço estimado de 2015 é de que o mercado pet deve crescer 7,4% sobre 2014, o que significa um valor de R\$ 17,9 bilhões de faturamento dos segmentos Pet Food, Pet Vet, Pet Serv e Pet Care.

Só o segmento de alimento para animais de estimação com potencial de 5,7 milhões de toneladas, em 2014, fabricou menos da metade (43,1%) necessária para atender à

demanda, em alta. No Brasil, os cinco estados mais representativos na produção de alimento para animais são, respectivamente, São Paulo (28,3% da produção total); Paraná (26,1%); Minas Gerais (15,4%); Rio Grande do Sul (7,5%) e Santa Catarina (5,3%).

Dados do Projeto Pet Brasil, parceria da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet) com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), mostram que mercados do Brasil, China, Rússia e Índia responderam pela expansão de 34% na venda de pet food em pet shops e superlojas no mundo, entre 2009 e 2014.

A aposta no crescimento desse mercado levou a Special Dog, empresa de origem familiar do setor de beneficiamento de grãos, a investir na produção de alimentos para cães e gatos. Desde 2001, após uma bem sucedida experiência, produzindo farinha de arroz - até hoje fabricada para atender grandes multinacionais -, foi inaugurada a primeira fábrica da marca Special Dog, de ração premium, na sede da empresa na Chácara Santa Amália, no município de Santa Cruz do Rio Pardo (90 km de Bauru), com produção mensal de 10 mil toneladas, a empresa que hoje emprega cerca de 700 pessoas, está entre as cinco maiores em volume de vendas.

A estrutura fabril é composta de três unidades e uma quarta, em fase de construção, com início de operação prevista para 2016. O gerente de marketing, Fernando Manfrin, explica que a SpecialDog trabalha para atender às novas demandas e está investindo na ampliação do seu parque fabril, o que aumentará a capacidade produtiva para atender ao crescimento esperado para os próximos anos. "O segmento de pet food ainda tem grande potencial de crescimento e é o que mais cresce no segmento pet por ser um item de primeira necessidade. Atualmente, o pet food representa 67% do setor e se mantém em crescimento, mesmo em cenários adversos, como o que estamos vivendo", explica ele.

E a aposta é séria, tanto que a empresa está investindo cerca de R\$ 8 milhões num novo depósito de produto acabado autoportante, 100% automatizado, que dobrará a capacidade de estocagem e numa nova plataforma de montagem de cargas, que reduzirá o tempo de carregamento de caminhões, a fim de manter o ritmo de entregas num cenário de mais vendas, disse Manfrin.

Superpremium

A linha SpecialDog Prime, de alimentos superpremium nas versões Adultos e Filhotes, foi lançada em 2012 e 2013, respectivamente. Em 2015, no início de agosto, a empresa passou a comercializar a linha para gatos, nas versões Castrados e Filhotes.

"Nossa expectativa é muito boa em relação a esse nicho, pois é notória a busca por alimentos de qualidade mais elevada por parte dos donos de cães e gatos, tanto que o segmento superpremium apresenta mais crescimento do que o segmentos premium, que abrange os outros nove itens de nosso mix de produtos, e este tem melhor performance de vendas do que os produtos convencionais", ressalta Manfrin.

A operação de exportação começou em 2014 e segue de maneira gradativa, de modo a promover a adequação às exigências de cada país. Atualmente, a linha SpecialDog segue para a América do Sul e África. "No Brasil, a empresa tem planos de expansão para três novos estados e consolidar a presença nos demais mercados, especialmente na Grande São Paulo, onde ainda estamos em processo de expansão, partindo das cidades e bairros periféricos em sentido ao centro da capital, sem dúvida o maior mercado do País. Para isso, devemos instalar um centro de distribuição na capital nos próximos dois anos", resume o gerente.

Na avaliação do executivo, a SpecialDog deverá encerrar 2015 com um crescimento superior a 15%, menos do que em anos anteriores, mas bastante positivo considerando o atual cenário econômico.

"Para 2016, acreditamos que esse percentual será mantido", afirma.

Anna Maria Ferreira