

Cliente: ABINPET
Veículo: MSN
Cidade/Estado: São Paulo
Data: 17/10/2015
Tema: Inteligência de Mercado
Tipo de mídia: online
Tipo de veículo: site
Link: <http://goo.gl/viNDeK>

msn | dinheiro ▾

Página Inicial | Mercados | Finanças Pessoais | Economia e Negócios | Carreira | Cotação do Dólar | Meus Favoritos | Ferramentas

Na crise, empresas faturam com o seu bicho de estimação



Exame.com

Mariana Desidério
2 dias atrás

f COMPARTILHAR

🐦 TWEETAR

✉ EMAIL

A economia brasileira está em crise? Não para o mercado **pet**. Quem investe em produtos para bichinhos de estimação tem visto suas vendas aumentarem mesmo no momento de recessão que o país atravessa. O motivo? "Os bichos hoje são parte da família, então as pessoas não deixam de gastar com eles", analisa Victor Ramos, um dos sócios da VegPet, empresa que vende ração vegetariana e produtos naturais para **animais**.

A história da empresa começou já em meio à **crise**, em 2014. Ramos conta que a ideia surgiu da necessidade dos próprios fundadores: vegetarianos e amantes de bichos, eles perceberam o quanto era difícil encontrar no mercado produtos sem proteína animal para seus cãezinhos.

Surgiu então uma parceria com a empresa holandesa Trouw Nutrition que produz ração vegetariana no interior de São Paulo. "A ração vegetariana melhora a digestão, e as fezes do cão ficam quase sem cheiro. Também é ótima para cães com algum tipo de alergia", recomenda.

Além do produto, a VegPet hoje vende diversos itens naturais para bicho, como petiscos artesanais e shampoo antialérgico. As vendas acontecem principalmente pela internet, e, no caso da ração vegetariana, também em pontos de venda como Ponto Frio e Pet Z – os sócios estão em busca de novos distribuidores parceiros.

"No começo da operação tínhamos cinco pedidos por mês, hoje são 350", comemora Ramos. A loja virtual tem cerca de 1.100 clientes ativos e espera fechar 2015 com um faturamento de 350 mil reais – para 2016, a expectativa é triplicar este valor.

Números do mercado



© Jörg Schubert/Flickr/Creative Commons

Os números da VegPet refletem a realidade do mercado. De acordo com a Abinpet (Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação), o setor faturou 16,7 bilhões de reais em 2014. Para 2015, a projeção é de 17,9 bilhões de reais, um crescimento de 7,4%. O Brasil tem hoje a segunda maior população de cães e gatos do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos.

A disposição do consumidor em gastar com seus bichinhos tem levado outra empresa a faturar. A Petix, que está no mercado há oito anos, espera fechar 2015 com um faturamento de 42 milhões de reais, 35% a mais que os 31 milhões do ano passado. O principal produto da empresa são os tapetes higiênicos para cães.

“Nosso produto ainda é pouco conhecido no Brasil, então ainda temos muito para crescer”, afirma Luiz Fernando Lourenço, um dos donos do negócio. Ele conta que a Petix agora busca investidores para ajudar em sua expansão: a meta da empresa é chegar a um faturamento de 200 milhões de reais nos próximos cinco anos.

Tinder de cães

O tapete higiênico da Petix não é o único produto ainda pouco conhecido no mercado pet. Pensando nisso outra empresa resolveu investir em apresentar essas novidades aos amantes dos animais. Fundada há cerca de dois anos, a DogLikers criou um serviço de assinaturas que leva até a casa do cliente uma caixa com cinco produtos pet diferentes todo mês – é a LikeBox.

“Esse é um mercado que tem crescido muito, e as pessoas nem sempre têm tempo para ir atrás de novidades”, afirma Gustavo Monteiro, um dos fundadores da startup. Hoje, a LikeBox tem cerca de 200 assinantes por mês.

Além da “caixa surpresa”, a startup lançou há cerca de três meses outro produto que tem feito sucesso: é o Au.dote, um aplicativo para adoção de **cães** que funciona como o Tinder. As organizações de adoção de animais alimentam os perfis dos animaizinhos, e as pessoas interessadas em adotar sinalizam quando gostam de um dos bichos.

O app já tem parceria com 22 ONGs e 1.500 animais cadastrados. A expectativa é chegar a 150 entidades cadastradas em 2016. O aplicativo é gratuito, e a startup busca agora patrocinadores para ajudar a mantê-lo. “O grande objetivo desse projeto é a causa. Hoje existem 20 milhões de cães abandonados no país”, afirma Monteiro.

Assim como VegPet e Petix, a Doglikers também espera crescer neste período de crise. A expectativa da startup é fechar 2015 com faturamento de 220 mil reais e chegar ao final de 2016 com 350 mil. “Num momento como esse, as pessoas deixam de comprar roupas caras, mas não vão economizar com seu cão”, reforça Monteiro.