

Cliente: ABINPET
Veículo: Estadão
Cidade/Estado: São Paulo
Data: 10/02/2016
Tema: Inteligência de Mercado
Tipo de mídia: online
Tipo de veículo: site
Link: <http://goo.gl/sv903H>



Startups atraem investidores com tecnologia pet

Empresas que desenvolvem produtos para o rastreamento de cães e gatos ganham espaço

O Brasil tem atualmente 52,2 milhões de cães e 22,1 milhões de gatos criados em casas. Se somados com aves, peixes, répteis e pequenos roedores, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) calcula que existam 132 milhões de animais de estimação, fatia que, se olhada com atenção, pode ser um mercado promissor para quem deseja empreender.

Em 2015, o leque de produtos direcionados aos pets - alimentos, roupas, acessórios e medicamentos - acumulou faturamento de R\$ 17,9 bilhões, alta de 7,4% em relação ao ano anterior, conforme registra a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet). E na esteira desse movimento, startups atraem investidores com gadgets e wearable devices que aproximam a tecnologia dos serviços voltados para animais de estimação.

Trabalhar com pets pareceu tão promissor aos olhos dos sócios à frente da startup paulistana marQ Systems que Luciana Chavancini, Daniel Rosenfeld e Tiago Albino postergaram o lançamento de um produto para humanos e aplicaram o aporte de US\$ 1 milhão que receberam em um dispositivo de geolocalização para pets, o easepet.

"O mercado de wearable devices ainda está engatinhando no mundo inteiro, por isso é promissor. Acredito que seja a grande tendência para os próximos anos", analisa Rosenfeld. "Dado o cenário econômico, invertemos o lançamento para pets e postergamos o desenvolvimento de um produto para humanos", conta o empresário.

O funcionamento do sistema é inspirado no Google Maps. Um pingente é acoplado à coleira do animal e informa ao dono, por meio de um aplicativo, todos os passos do bicho. O sistema armazena, também, informações como nome, raça, data de nascimento e outras particularidades, que podem ser acessadas pelo usuário e por outras pessoas que tomem conta do pet. Assim, é possível que várias pessoas monitorem o mesmo animal.

"Optamos por trabalhar com automação e intuição pois os usuários de gadgets dão preferência a sistemas assim. A ideia principal não é que quem encontrou o animal perdido possa localizar o dono, mas sim que o dono possa encontrar o seu bicho sem a ajuda de terceiros", define Rosenfeld.

A inovação tecnológica também foi a mola propulsora para a criação da startup PinMyPet, que desenvolve gadgets 'vestíveis' para animais de estimação. O próximo lançamento da empresa é a Pinmynet Tag, uma medalha de monitoramento e geolocalização para animais, na mesma linha do easepet.

Após captar recursos em rodadas de investimento e participar de aceleração no Vale do Silício, o projeto do fundador Bruno de Souza Rego foi viabilizado e a empresa espera faturar R\$ 10 milhões até o fim do ano.

"Sempre fui um 'pet lover'. Na adolescência, um cachorro meu fugiu e passei duas semanas depressivo. Não lembro de ter tido um sofrimento tão grande. Por essa lembrança, tive a ideia de fazer um serviço de rastreamento", detalha Rego. "É uma dor real."

A Pinmypet Tag propõe o rastreamento do animal de estimação em tempo real. Caso o bichinho desvie da rota que está acostumado a seguir na companhia do dono, é emitido um sinal de alerta. O dono pode, então, abrir o mapa e saber a localização exata do seu pet. "Os investimentos que recebermos são o grande indicador de que esse mercado cresce bastante, apesar da recessão. De fato, estamos apresentando inovação tecnológica num mercado que não tem isso", explica o empresário.

Promissor. Na avaliação do vice-presidente da unidade de comércio e serviços do Instituto Pet Brasil, Nelo Marraccini Neto, o desenvolvimento de gadgets para animais de estimação ainda é incipiente no Brasil pois há poucas soluções eficientes. "Em breve alguém vai fazer um aplicativo bacana, com um nome legal, que alguma grande marca vai usar e isso não vai demorar. Tem muita gente inteligente pensando nisso", explica.

Enquanto isso, o mercado de produtos direcionados para pets sente os efeitos da crise econômica, mas sustenta seu crescimento pela força no varejo. "Vivemos uma crise sem precedentes e teoricamente as pessoas começam a enxugar esses gastos. O banho semanal vira quinzenal. Mas os donos têm amor pelo animal e é como pai e filho. Muito pai se priva para dar conforto ao filho. Ele pode se privar de algumas coisas mas não deixa de dar para o cachorro", reflete o especialista.