

Cliente: ABINPET
Veículo: Portal Vet
Cidade/Estado: Descalvado / SP
Data: 16/02/2016
Tema: Inteligência de Mercado
Tipo de mídia: online
Tipo de veículo: site
Link: <http://goo.gl/wKDBTq>

PORTAL VET

PET FOOD LIDERA FATURAMENTO DO MERCADO PET E CORRESPONDE A MAIS DE 60% EM 2015

Apesar da expansão, o País possui o menor índice de crescimento anual da América Latina



Assegurar saúde, bem-estar e boa alimentação dos pets são algumas das prioridades de tutores. Prova disso é que os consumidores brasileiros desembolsaram R\$ 16,7 bilhões, em 2014, com produtos e serviços para os animais de estimação, segundo dados divulgados pela Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet - São Paulo/SP). A maior parte dos gastos é com rações e alimentos para os pets.

Por conta disso, o mercado de pet food surpreende o Brasil e o mundo em relação a faturamento, mesmo em época de crise. O setor não cresce na velocidade esperada, mas continua evoluindo, apesar das dificuldades, e estima-se que, em 2019, dois terços do faturamento com produtos pets serão por conta do pet food. As expectativas se mantêm positivas com números que mostram o País como o segundo maior do mundo em relação à população de cães. Entenda melhor na reportagem [Mapeamento de cães e gatos do Brasil revela onde se concentram as populações](#).

A América Latina, segundo o presidente Executivo da Abinpet, José Edson Galvão de França, possui grande força em relação ao crescimento de faturamento do mercado de pet food, porém o Brasil é o País que menos cresce. "Venezuela, México e Argentina, por exemplo, estão progredindo cerca de 6% de volume e mais de 10% de faturamento ao ano. O Brasil deve persistir com crescimento de aproximadamente 3% de volume e por volta de 10% em faturamento", declara.

Um dos produtos que estão intensificando o mercado de pet food são os petiscos, que estão em ascensão no mundo todo. Segundo França, eles têm enriquecido bastante o setor e, em números, representa quase 3% do faturamento total de alimentos para cães e gatos no Brasil.

Os produtos premium também estão em fase de progressão no País. Mas, de acordo com pesquisas da Abinpet, os itens básicos são os que estão sendo mais procurados, representando quase 60% das vendas. "O que se percebe, principalmente em 2015 e acreditamos que em 2016 também, é que, com a falta de dinheiro, o consumidor está procurando alternativas, optando por aquele produto que cabe em seu bolso", expõe França.



O que a **Abinpet** também pôde constatar é que, embora em busca de produtos com preços acessíveis, o consumidor opta pelas inovações desenvolvidas, nos últimos tempos, por empresas de alimentação animal. "A segmentação de alimentos agora vai se afinando de acordo com a raça, porte, pelagem e isso é uma forte tendência para vários anos", aposta o presidente.

Embarques de pet food. O Brasil começou a exportar em 2005 e, com esse grande passo, as empresas avançaram bastante, como identifica França. Porém, neste momento, segundo o executivo, a importação não será o forte no mercado por conta da alta do dólar. "Estimamos que o Brasil atinja 4 ou 5 milhões de dólares de importação, semelhante a 2014, ou até um pouco menos", conta.

A alta do dólar não é o único problema que o Brasil enfrenta para importações e exportações. A carga tributária elevada do País impede um crescimento maior e expansão do mercado. A Abinpet realiza um trabalho que visa a diminuição dos tributos embutidos no mercado de alimentação para animais de companhia. O que a associação pede ao governo é que os impostos caiam dos 49 para 20% e, ainda assim, o Brasil continuará com a maior carga do mundo, de acordo com França.



Há pouco tempo a **Abinpet** lançou o portal Melhores Amigos, onde tenta conscientizar a população sobre as taxas elevadas depositadas nos produtos de pet food. Esse portal hoje está com mais de 300 mil seguidores e a estratégia é pedir ajuda à população. "Esperamos que também haja uma pressão da parte da sociedade em cima do governo, a fim de mostrar que estão cobrando demais de quem tem um animal de estimação. Pedimos ajuda de todos no sentido de buscar o conceito de essencialidade global, tanto que o mundo não taxa o alimento humano diferente do pet food e nós somos o único País a fazer isso", pontua.