



Mercado pet prova sua força frente à pandemia

Setor absorveu o impacto da crise do coronavírus e já mostra traços de recuperação



As medidas de prevenção estabelecidas para o combate à pandemia do novo coronavírus, como o fechamento de alguns estabelecimentos comerciais e a determinação de distanciamento social, também afetaram a rotina de *petshops* e clínicas veterinárias. Apesar de considerados serviços essenciais, eles passaram a funcionar com algumas restrições, como por exemplo, em relação aos serviços de banho e tosa, que não estão autorizados em muitas localidades do país.

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae no início de abril identificou que o segmento de *petshops* e serviços veterinários chegou a registrar queda de 51% no faturamento. No entanto, o setor absorveu o impacto e já mostra uma recuperação bastante sólida. Desde o início da pandemia, o setor disparou em 30%. A explicação da recuperação é óbvia. Da mesma forma que humanos estocaram alimentos e medicamentos, por exemplo, os donos dos pets também se preocuparam em garantir a alimentação, saúde e bem-estar de seus bichos de estimação.

De acordo com a analista do Sebrae, Hannah Salmen, o confinamento obriga o dono a passar mais tempo com seu pet o que também abre espaço para atenção com o animal. **“Passar mais tempo em casa significa ampliar essa conexão, estar mais atento à sua alimentação, ao enriquecimento ambiental, com atividades que possam demandar brinquedos e outras atividades”**, analisou a especialista em uma entrevista à revista Pequenas Empresas Grandes Negócios.



De fato, muitas empresas sentiram a diferença. A Zee.Dog e a Zee.Now, duas grandes empresas do setor, afirmam que têm recebido mais demandas durante a pandemia da Covid-19. Isso tanto no *e-commerce* das marcas, quanto o aplicativo de delivery que, apenas durante a quarentena, teve crescimento de mais de 60% no total de pedidos e 73% de aumento no volume de receita.

Além disso, o número de downloads do App disparou. O aplicativo de entrega de produtos pet, a Zee.Now teve um aumento de 40% no número de pedidos em março na comparação com fevereiro, o que fez a receita subir 52%. As marcas registram aumento nas demandas tanto para produtos essenciais (65%), o que já era esperado, quanto para os não essenciais, como brinquedos e acessórios (35%).

Mercado em ascensão

A verdade é que o desempenho do setor já vem em ascensão nos últimos anos. De acordo com o IBGE, existem mais de 139 milhões de animais de estimação no país. Por trás deles, donos ávidos por novidades para agradar seus bichinhos. O resultado é um mercado aquecido que, antes da pandemia, projetava um faturamento de R\$ 20 bilhões em 2020.



Hoje, o Brasil é o segundo maior mercado pet do mundo, com 5% da fatia do faturamento global, de US\$ 124,6 bilhões.

Com um mercado que já vinha aquecido, havia a expectativa da expansão de investimentos em produtos e serviços nas áreas de creches, SPAs, hotéis, aplicativos e até mesmo objetos de luxo para os pets. Entretanto, o ramo que mais fatura no segmento é o de alimentação, sendo responsável por 70% do mercado pet, de acordo com Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet).

A chegada do coronavírus acabou por frear a expectativa para 2020. De acordo com o gerente da Pet South America, Guilherme Martinez, a pandemia impactou diretamente no poder de compra dos consumidores. No entanto, para o executivo, a quarentena também trouxe o aumento no número de aplicativos de venda de produtos pet. De acordo com o gerente, esse segmento estava apresentando um desenvolvimento lento antes da pandemia. **“Os aplicativos se tornaram uma necessidade real para os tutores”**, diz

A pandemia acabou mostrando que as vendas *online* deverão ter grande importância no setor. A quarentena fez o movimento no e-commerce da Petz, maior rede do Brasil com 107 lojas, dobrar. O comércio online passou de uma participação 12% para 25% depois do início da pandemia.

“Percebemos que o cliente passou a alternar: faz uma compra na loja, outra pela internet. E acreditamos que, passada a pandemia, o percentual vai se manter em torno dos 20%, que é o que prevíamos para daqui cinco anos”, analisa o CEO da Petz, Sergio Zimmerman.



Veterinário

Outra coisa que mudou no setor de pets foram os serviços de saúde animal. Como nos serviços de saúde pública, as veterinárias tiveram que se adaptar. Desde o começo de maio, o Centro Veterinário Seres, uma rede nacional de hospitais veterinários, passou a oferecer mais um serviço para proporcionar comodidade e segurança aos tutores e seus pets. Trata-se do atendimento em domicílio para aplicação de vacinas, medicações e microchip, consultas clínicas ambulatoriais, procedimentos de coletas de sangue, urina, secreções e pelos, além de retornos.

“A Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda que, para conter o avanço da Covid-19, as pessoas fiquem em suas casas, saindo somente quando necessário. Ciente de que há muitos lares com pets no País o serviço em domicílio virou uma necessidade nas clínicas”, explica a gerente de Processos Técnicos Veterinários da Petz, Dra. Karina Mussolino.

Nesse tipo de atendimento, é aconselhável que os profissionais de saúde animal sigam alguns cuidados, conforme recomenda a OMS: Sempre usarão máscaras e, caso os tutores não estejam com uma, a entregarão para utilização durante todo o atendimento ao pet, além das máscaras a equipe de veterinários irão usar os demais EPIs como óculos, luva, avental e touca.

Não cumprimentarão os tutores com beijos e abraços, e manterão o máximo possível de distância deles. Higienizarão muito bem as mãos antes e depois do atendimento.

Fonte: <https://site.cndl.org.br/mercado-pet-prova-sua-forca-frente-a-pandemia/>