



# MERCADO PET PARA PEQUENOS NEGÓCIOS



Com a realização da Copa do Mundo da FIFA 2014 surgiram uma série de oportunidades para os pequenos negócios, entre elas, a prestação de serviços ao mercado *pet*.



## *Copa do Mundo da FIFA 2014 como oportunidade para o setor pet*

Apesar de junho e julho terem como foco o futebol, os cuidados com os animais não serão deixados de lado, afinal, eles também fazem parte da família.

Nesse período, os mais diversos temas que cercam o futebol devem ser explorados ao máximo. O momento é de colocar a criatividade à prova. Tosas e tingimentos especiais, com temas e cores do Brasil, até a opção de babá para quem pretende viajar para assistir aos jogos, são alguns exemplos de serviços que os pequenos negócios podem aproveitar.

**Fique atento!** Importante lembrar que a prestação de serviços eficientes e de qualidade, pode render frutos pós-evento. No Rio de Janeiro, por exemplo, mais um grande evento esportivo será realizado em breve, trata-se dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016.



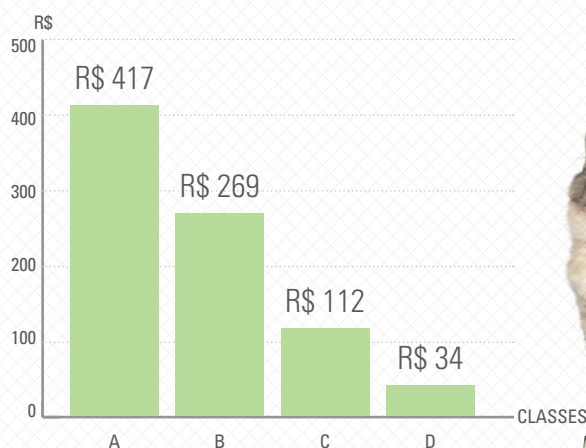
Para Ligia Amorim, diretora-geral da NürnbergMesse Brasil, que organiza a feira *Pet South America*, em entrevista para o Estadão PME em 2012, nos próximos anos, os empresários deverão concentrar as atenções em oportunidades na área de serviços. “As famílias ficaram menores, as pessoas moram sozinhas e o *pet* tem substituído o filho em alguns casos. Isso gera um novo modelo de mercado, que conta com empresas de atendimento odontológico, especialistas em obesidade, hotéis e até lugares para deixar o animal enquanto o dono está no trabalho”, afirma.

Não perca tempo e confira como aproveitar essa oportunidade, com base em informações contidas nesse Boletim.



## Panorama do mercado

Pesquisa feita pela consultoria *All in Brand*, para lojistas, mostrou que as famílias da classe A gastam, em média, R\$ 417 com um cão por mês, enquanto que a classe C atinge R\$ 112.



FONTE: FOLHA DE SÃO PAULO. DISPONÍVEL: [HTTP://GOO.GL/P5ZDMV](http://goo.gl/P5ZDMV)

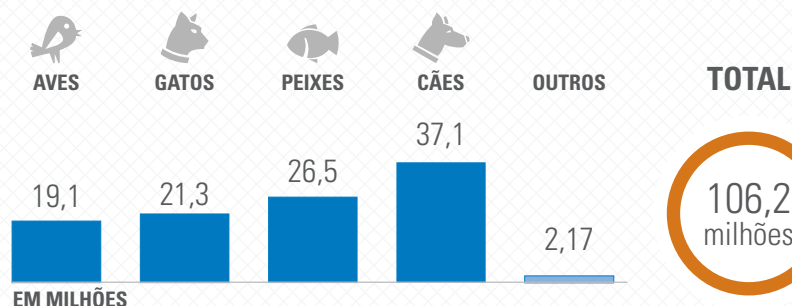


Em entrevista ao programa *Conversa Franca*, da TV Terra Viva (2014), o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet), José Edson Galvão de França, destacou que a valorização das relações entre ser humano e animal cresceram muito nos últimos anos, causando reflexos consideráveis na expansão do setor *pet*.

“ O Brasil possui o segundo maior número de cães e gatos no mundo, perdendo apenas para os Estados Unidos ”

JOSÉ EDSON GALVÃO DE FRANÇA, ABINPET

### / Cenário *pet* no Brasil



FONTE: ABINPET.  
DISPONÍVEL:  
<http://goo.gl/0YtK6a>.  
Acesso em: 05/06/2014

### / Crescimento da população de cães e gatos nos últimos anos

GATOS  
8 a 12%

CÃES  
3 a 4%

Como principal motivo da escolha pelos felinos em comparação aos cães está a demanda por menos cuidados, reflexo das mudanças de vida do ser humano, que tem cada vez menos tempo para dar atenção aos animais.





## Faturamento da indústria *pet*

### No Brasil:

R\$ 15,2 bilhões

FOI O FATURAMENTO DA INDÚSTRIA NACIONAL EM 2013

7,3%

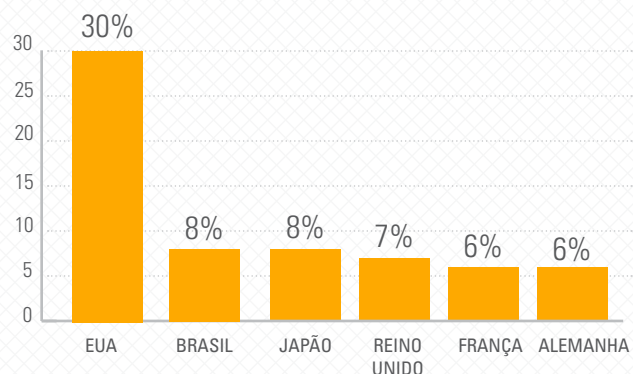
FOI A ALTA EM COMPARAÇÃO A 2012

0,31%

É QUANTO O SETOR REPRESENTA DO PIB BRASILEIRO, PERCENTUAL MAIOR QUE SETORES COMO GELADEIRA E FREEZERS (0,13%), DE ACORDO COM PROJEÇÕES

FONTE: ABINPET

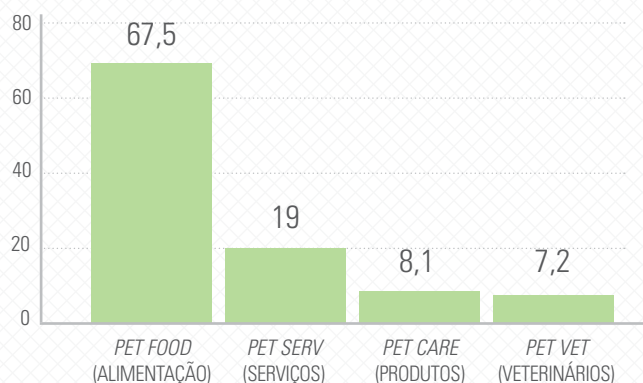
### No mundo:



FONTE: ABINPET

## Mercado *pet* por segmentos em 2013:

EM %



Fique atento!

Importante destacar que o segmento de *Pet Serv* foi o que mais cresceu em 2013 em comparação a 2012, registrando alta de 26,3%.

*Pet Food* cresceu 8,2%, *Pet Care* alta de 5,2% e *Pet Vet* acrescimento de 9,7%.





## Nichos e diferenciações

O crescimento do setor *pet* é um reflexo do aumento de animais de estimação no país e a consequente exigência por produtos e serviços de qualidade que proporcionem bem-estar aos animais. Portanto, é preciso atentar para a inovação dos serviços desse segmento, despertando ainda mais a atenção dos atuais clientes e atraindo novos consumidores.

“ *Aqueles que reconhecem a diferença entre ideia e oportunidade têm maiores chances de sucesso* ”

PAULO LOT JÚNIOR, CONSULTOR EM COMPORTAMENTO E DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL, PALESTRANTE E PROFESSOR UNIVERSITÁRIO, EM ENTREVISTA À [REVISTA CÃES E GATOS](#), 2008.

Durante o ano de 2014 uma série de serviços para o mercado *pet* podem ser explorados. A realização do Mundial de futebol no Brasil contribuiu para que alguns serviços fossem ampliados. Entretanto, é imprescindível conhecer o público-alvo e saber das reais necessidades para atender da melhor maneira e também como forma de não errar na escolha do negócio.



**Ao verificar que este segmento está em franca expansão, chega o momento de optar pelo serviço a ser prestado. Confira algumas possibilidades de serviços no mercado *pet*:**



### Banho, tosa, e tingimento

O crescimento no número de *pets* no Brasil acaba refletindo também no aumento pela demanda em banhos, tosas e outros serviços ligados à estética dos animais. Com a realização de megaeventos é possível explorar diferentes temas para os bichinhos. É possível utilizar esmaltes com as cores da bandeira do Brasil para pintar as unhas, assim como o pelo pode ganhar tintura. Na hora da tosa é possível diferenciar o corte com *look* que lembrem pessoas famosas.

Laços, gravatas, chapéus e roupinhas podem agregar na hora de entregar o animal ao dono.



FONTE: SÓ OS CACHORRINHOS.  
DISPONÍVEL: [HTTP://GOO.GL/190FNN](http://goo.gl/190FNN). ACESSO EM: 05/05/2014.





### Banho e tosa *delivery*

Em algumas cidades, donos de cães e gatos já podem usufruir do serviço *delivery* de banho e tosa. Por meio de veículos adaptados, os *pets shops* vão até o cliente.



### Hospedagem

Um dos segmentos favoráveis e que tem crescido é o de hotéis para animais domésticos, que proporcionam segurança, conforto e lazer. Para os torcedores brasileiros que viajarão durante o megaevento esportivo, esses ambientes são ideais para deixar os *pets*. Cada empreendimento possui características diferenciadas, assim como serviços dos mais básicos aos mais extravagantes.

CONFIRA  
MAIS DETALHES SOBRE  
COMO ESTRUTURAR UM  
HOTEL PARA ANIMAIS DO-  
MÉSTICOS.



### Babá de animais

Esse ramo pode se tornar um nicho atrativo para pequenos negócios, pois está em franca expansão no Brasil. É possível criar parcerias com clínicas de veterinária, *pets shops*, hotéis para cães, entre outros estabelecimentos que cuidam de animais, para divulgar o trabalho. Os principais serviços que podem ser oferecidos é o passeio, escovar dos pelos, troca da água, dar remédio, conforme a necessidade individual de cada cliente ([Economia iG](#), 2013).



### *Dog walker*

O serviço de *dog walker* já é bastante difundido no Brasil e a tendência é de crescimento, porém, exige responsabilidade. Esse serviço consiste em levar os animais para passear na rua. Cada animal precisa de um plano de caminhada, conforme a idade e condição de saúde ([Economia iG](#), 2013).



### Creche

Já existem serviços de creche em que o animal fica o dia inteiro interagindo com outros animais ou também corrigindo problemas de comportamento. O serviço garante que os bichos gastem energia, permitindo maior equilíbrio do animal e reduzindo problemas de hiperatividade, agressividade e ansiedade. São oferecidas brincadeiras coletivas, caminhadas, relaxamento, banho a seco e aulas de bons modos, que envolvem adestramento básico ([Blog Faça Diferente](#), 2011).





## Tratamento terapêutico

Massagens terapêuticas com diversas técnicas, como *shiatsu*, yoga e até drenagem linfática, também já são opções para os *pets*. O animal fica mais tranquilo, auxilia no tratamento de coluna, fortalece a musculatura e equilibra o sistema imunológico. O mais importante é que o custo para a oferta desse serviço pode ser zero se o empreendedor fizer parcerias ou utilizar o espaço do próprio consultório do veterinário ([Blog Faça Diferente](#), 2011).



## Câmeras

O rigor na prestação de serviços é cada vez maior e agregar serviços pode ser um diferencial para os *pets shops*. Como muitas pessoas deixam seus bichinhos hospedados durante o banho ou durante vários dias por motivo de viagem, a oferta de monitoramento por câmera tem se tornado uma opção para deixar o dono tranquilo.

NO PARANÁ FOI SANCIONADO NO DIA 10 DE JANEIRO DE 2014 O [PROJETO DE LEI 539/12](#). OS PET SHOPS SÃO OBRIGADOS A OFERECER UMA VISÃO TOTAL DE SERVIÇOS COMO BANHO E TOSA, E A INSTALAÇÃO DE CÂMERAS PARA QUE OS CLIENTES POSSAM ACOMPANHAR PELA INTERNET.



## Festas caninas

A atenção dada aos *pets* é tanta que já existem empresas especializadas em festas. Os serviços que podem ser ofertados estão relacionados a organização de aniversários, casamentos, festas juninas. Além disso, é possível também atuar com aluguel de espaços, decoração, lembrancinhas e bufê ([Economia iG](#), 2013).



## Feiras contribuem para troca de experiências

A participação em feiras pode ser uma excelente oportunidade de conhecer melhor o mercado *pet* e buscar ideias de negócios ou mesmo novos serviços. No Brasil existem grandes feiras que reúnem centenas de expositores e milhares de visitantes. Confira algumas:

**Pet Rio Expo** – realizada anualmente na cidade do Rio de Janeiro, segundo maior mercado nacional, reúne cerca de 50 expositores e mais de 3 mil visitantes nos mais diversos segmentos, incluindo serviços.

**Feipet** – acontece em Novo Hamburgo (RS) e em abril de 2014 a feira dobrou de tamanho, atingindo mil metros quadrados. Com entrada gratuita tem como foco os profissionais do setor.

**Pet South America** – acontece no Expo Center Norte, em São Paulo e nesse ano acontece de 28 a 30 de outubro. Em 2013 foram mais de 400 marcas nacionais e internacionais em exposição nas mais diversas áreas, inclusive serviços.



PARA CONFERIR OS PRÓXIMOS EVENTOS, ACESSO O PORTAL [EXPOFEIRAS](#), DO GOVERNO FEDERAL.



## Pesquisa e planejamento

A oferta de serviços não é uma tarefa fácil, tanto é que existe falta de mão de obra qualificada, pois exige qualidade no atendimento e responsabilidade. Confira também algumas dicas do [Agenda Pet](#) e do [Ideias de Negócios](#), ambos trazem informações relevantes que precisam ser consideradas antes de abrir um negócio nesse segmento. Em caso de dúvida, procure consultores do Sebrae em uma unidade mais próxima.

## Localização

Para garantir boa venda dos serviços ofertados, é imprescindível que o estabelecimento esteja localizado em uma área de fácil visibilidade e com boa circulação de pessoas.

## Cartilha

O Sebrae em São Paulo e o Conselho Regional de Medicina Veterinária criaram a cartilha [Pet Shop – Comece Certo](#) com o intuito de apresentar a legislação do estado para o setor e oferecer dicas sobre contrato comercial, ponto de venda e saúde do trabalho, entre outros assuntos. A cartilha traz ainda uma lista de endereços úteis para quem quer abrir um estabelecimento.

## Inovação e criatividade

O crescimento do setor *pet*, em especial no segmento de serviços, exige cada vez mais diferenciação, seja na variedade, qualidade e preço. Megaeventos são algumas das tantas oportunidades de começar ou ampliar o negócio, descontraindo e surpreendendo clientes.



## Promoções para o Mundial

*Para alavancar os serviços prestados, pense em promoções inovadoras que atraiam o público consumidor para sua empresa.*

## Classes A/B/C

A ascensão de classes tem estimulado também a alta do mercado *pet*. Avalie qual é o seu público-alvo para definir preços e serviços a serem oferecidos.

## Profissionalismo

De nada adianta contar com uma estrutura pronta se não existe profissionalismo na prestação de serviços. Participe e incentive que seus colaboradores estejam presentes em cursos, seminários e eventos.

BUSQUE PARCERIAS COM OUTROS NEGÓCIOS LIGADOS AO MERCADO PET, COMO LOJAS QUE VENDEM RAÇÃO, PET SHOPS, CLÍNICAS VETERINÁRIAS ENTRE OUTROS. DICA! CONTE COM O APOIO DAS FERRAMENTAS DE MARKETING PARA DIVULGAR OS SERVIÇOS. ACESSE A FERRAMENTA GRATUITA [CLICK MARKETING](#), QUE AUXILIARÁ A DEFINIR AS ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO NO MERCADO E AS [MÍDIAS SOCIAIS](#) PARA DIFUNDIR A MARCA DO SEU NEGÓCIO.



## Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!



**PARTICIPAR**

**SEBRAE**

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS  
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões  
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | Diretor-Técnico: Carlos Alberto dos Santos  
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | Fotos: banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros  
UACS – Unidade de Atendimento Coletivo – Serviço  
Conteúdo: Rosângela Longhi, Natan Amboni de Souza

