

FACULDADE DE EDUCAÇÃO SÃO LUIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ANÁLISE DE CONJUNTURA

SETOR DE PRODUTOS VETERINÁRIOS

Grupo:

Adilson Roberto Albino

Drieli Moraes

Fábio Padula F. da Costa

Glauter Ap. Ferreira

Isabela Botelho

Rodrigo Cesar Revoredo Jovino

Samuel Paludo

Turma : 6º semestre A

Professor: Leonardo Augusto Amaral Terra

Jaboticabal - SP

2013

1. Fatores Históricos

A relação animais domésticos e seres humanos tiveram início entre 25 e 50 mil anos atrás, esta relação, a princípio, tinha fins essencialmente utilitários. Cães vigiavam aldeias (guardas), e ajudavam a caçar e pastorear outros animais. Gatos eram utilizados para exterminar ratos e outras pragas. Segundo matéria publicada na revista *Veja* (edição 2122 de 2009), “o primeiro indício concreto de um elo de emoção entre um humano e um animal data de 12 mil anos: são restos fossilizados de uma mulher abraçada a um filhote de cão, encontrados no Oriente Médio”. No século XIX, com o surgimento da teoria da evolução de Darwin, desbancou o homem do ápice da criação para reposicioná-lo como apenas mais um dos animais moldados pela seleção natural. Essa revisão tem implicações éticas radicais. O certo é que o afeto remodelou, ao longo dos séculos, os laços que nos ligam a cães e gatos, e continua a remodelá-los até os dias atuais. Segundo a pesquisadora e colunista Vera Creitchmann, “as pesquisas revelam o comportamento ao mostrar que, mais até do que amigos, os bichos de estimação são hoje vistos como filhos ou irmãos em boa parte dos lares que os acolhem”.

Segundo a psicóloga e psicanalista Barbara Alessio, “a relação com os animais é uma exigência profunda e autêntica dos seres humanos, com características próprias. Poderíamos falar de uma “pulsão zoófila”, isto é, de uma antiga inclinação para estabelecer relações com outras espécies”.

No fim do século XIX e início do XX a relação com os animais de estimação (Pets - animais de pequeno porte, como por exemplo, de cães, gatos, aves, etc.), sobretudo os cães, era caracterizada pelo medo da raiva e de zoonoses, devido à cultura da higiene. Mas os progressos da medicina veterinária, que permitiram eliminar ou controlar zoonoses (doenças comuns da medicina veterinária), eliminaram o “medo de doença”, que até pouco tornava problemática a relação. Adriano Mantovani, do Centro de Colaboração OMS/FAO para a higiene urbana, recorda que “a raiva foi erradicada da Itália em 1973. Essa data marca o fim da época de indisposição com os animais e o início de um novo período, o da convivência. Nos últimos anos, porém, passamos para uma terceira fase, marcada pela promiscuidade: os animais de estimação deitam em nossas camas e sobem na mesa de jantar”.

Não se trata de uma mudança de costumes moderna, mas da adaptação a novas circunstâncias de um hábito antigo e difuso. Compartilhar o ambiente com outros animais é

algo que tem raízes profundas na evolução da sociedade humana e foi com base nesse hábito que se desenvolveu nosso renovado interesse por animais de estimação.

De certo modo, cachorros e gatos já alcançaram um lugar privilegiado nas considerações morais das pessoas. A morte de um bicho querido começa a ser cercada de cerimônia: o Pet Memorial, cemitério de animais na Grande São Paulo, realiza em média trinta velórios e 200 cremações por mês, com custos que vão de 700 a 2 000 reais, “para muitos, a perda de um animal leva a uma situação de luto tão difícil de superar quanto a morte de um parente ou amigo”, segundo o proprietário do negócio.

Segundo o pesquisador Edward O. Wilson, da Harvard University Press, um experimento famoso, realizado em 1986, mostrou que acariciar e falar a um gato reduz a pressão arterial. Pesquisas recentes parecem indicar que tais práticas aumentam também os níveis cerebrais de serotonina. Em fevereiro de 2003, foi aprovado na Itália um acordo entre o Ministério da Saúde e as várias regiões sobre "o bem-estar dos animais de estimação e a Pet therapy, terapia que envolve animais, para promover iniciativas voltadas a favorecer uma correta convivência entre as pessoas e os animais de estimação". No Brasil, zooterapia ou TAA (Terapia Assistida por Animais) ainda está em evolução e não acompanha o ritmo de crescimento do mercado pet. Apenas em agosto de 2005 formou-se, na USP, a primeira turma de veterinários que teve zooterapia no currículo.

Por meados dos anos 90 surgiram às primeiras grandes empresas voltadas para a área de pet shops e shopping dos animais, como a COBASI, pioneira ao estabelecer o conceito de shopping para animais em junho de 1996 e a THE PET FROM IPANEMA, que em 15 de abril de 1995 após uma pesquisa detalhada sobre o mercado brasileiro de Pet Shops, identificou uma carência em produtos e lojas para animais de estimação, diante deste cenário, inauguraram sua loja com um investimento inicial de 400 mil dólares, após este período o mercado só tem evoluído.

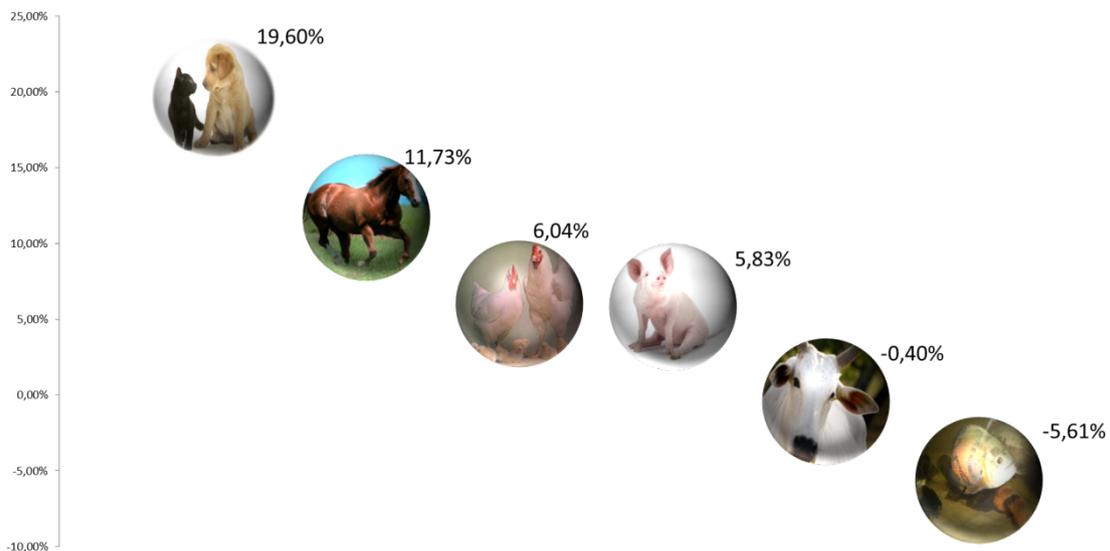
2. Mercado Pet

Atualmente, o Brasil representa o segundo maior mercado pet do mundo. De acordo com a Anfal Pet (Associação Nacional dos Fabricantes de Alimentos para Animais de Estimação), o país conta com pelo menos 100 mil pontos-de-venda de produtos direcionados aos bichos de estimação. Deste total, 40 mil são pet shops, lojas especializadas em oferecer produtos e serviços para animais de pequeno e médio porte. Em 2005, este

número era de apenas nove mil. Este mercado perde apenas para os norte-americanos, que gastam anualmente U\$ 42 bilhões com seus amiguinhos. Segundo a Associação Americana de Fabricantes de Produtos para Pets esse número deve subir para U\$ 52 bilhões nos próximos dois anos. Este mercado já é hoje o segundo do país em vendas, perdendo apenas para o de eletrônicos.

O setor vem apresentando crescimento sustentado graças, principalmente, a três fatores: 1) aumento das exportações de produtos veterinários, uma vez que o Brasil é um centro de produção importante para as multinacionais; 2) maior fiscalização sanitária e critérios cada vez mais exigentes para a comercialização seja interna ou externamente; e 3) maior conscientização dos criadores da importância de seu animal de estimação, utilizando-se de produtos saudáveis.

Crescimento das Espécies 2012



Fonte: Associação dos Revendedores de Produtos, Prestadores de Serviço e Defesa Destinados ao Uso Animal (2013).

Em 2004, a TAG - *The Transetional Advisory Group* realizou uma pesquisa de mercado onde constatou que as lojas precisavam se sofisticar mais, devido ao novo perfil dos clientes. A estabilização da moeda e da política econômica torna propício o momento para a abertura de novas lojas dentro da filosofia de Boutiques Sofisticadas para Animais de Estimação, as Pet Boutiques. Os animaizinhos estão cada vez mais “chiques” e a demanda de produtos e serviços personalizados tem crescido significativamente.

O mercado de produtos estéticos para animais de estimação se assemelha cada dia mais ao voltado para humanos. Atualmente, pode-se encontrar no mercado produtos e serviços que vão desde academia animal a tratamentos como chapinha e cauterização, além de produtos como corretivo para a região dos olhos, mousse e protetor solar.

O outro lado do mercado de Pet Shop, que são responsáveis pela distribuição dos produtos aos consumidores finais no Brasil existe uma característica muito peculiar, que contradiz todos os conceitos mundiais do mercado Pet, onde os consumidores brasileiros preferem fazer suas compras em pequenos estabelecimentos, ou seja, a concentração de vendas de produtos de linha Pet é muito maior nos Pet Shop menores comparado aos grandes Hipermercados. Pode-se dizer que no Brasil 75% do comércio de produtos Pet está concentrado nos pequenos estabelecimentos (IBOPE, 2007).

A entidade representativa do setor é o Sindan (Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal), que congrega cerca de cem laboratórios atuantes no mercado nacional. O sindicato fornece grande parte das informações obtidas sobre a indústria veterinária em artigos, análises de mercado e notícias.

Em uma recente análise do mercado percebeu que mercado de produtos destinados a animais Pet se encontra na melhor fase desde o seu surgimento, isso devido ao seu ritmo intenso de crescimento. O mercado brasileiro segue as tendências mundiais, assim todos os dias nos deparamos com novos produtos, sejam eles inovadores, práticos, específicos, sendo pelo seu valor ou pela sua utilização.

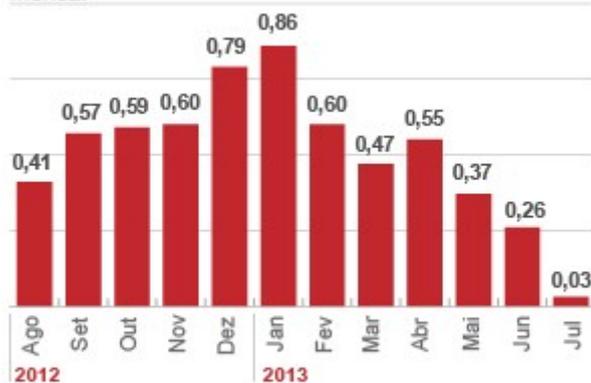
3. Cenário Econômico Brasileiro

O cenário econômico brasileiro no ano passado apresentou incertezas em relação a sua estabilidade, devido o desencadeamento de vários fatores referente à crise de 2006 iniciada nos EUA, não deixando o Brasil imune.

Porém segundo informações divulgadas pelo Banco Central, a economia brasileira iniciou o ano de 2013 acelerando, mas sua recuperação perante a crise foi menor do que o esperado.

O IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor) que mede a inflação oficial do país ficou acima do teto da meta de inflação do BC (Banco Central) de 6,5% em 12 meses, porém ele apresentou uma desaceleração em março/2013, frente aos meses anteriores, registrando no mês de Julho/2013 uma variação de 0,03%, a mais baixa desde Julho de 2010.

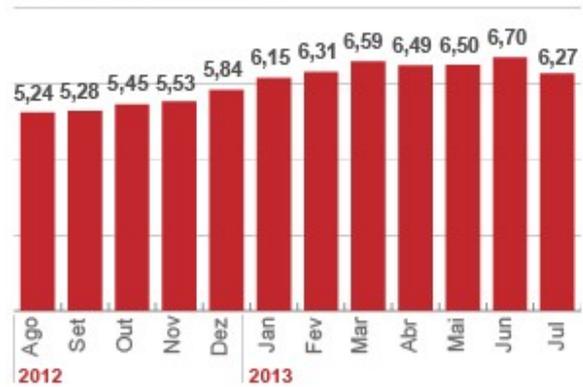
Varição do IPCA (em %)
Mensal



G1.com.br

Fonte: IBGE

Varição do IPCA (em %)
Acumulada em 12 meses

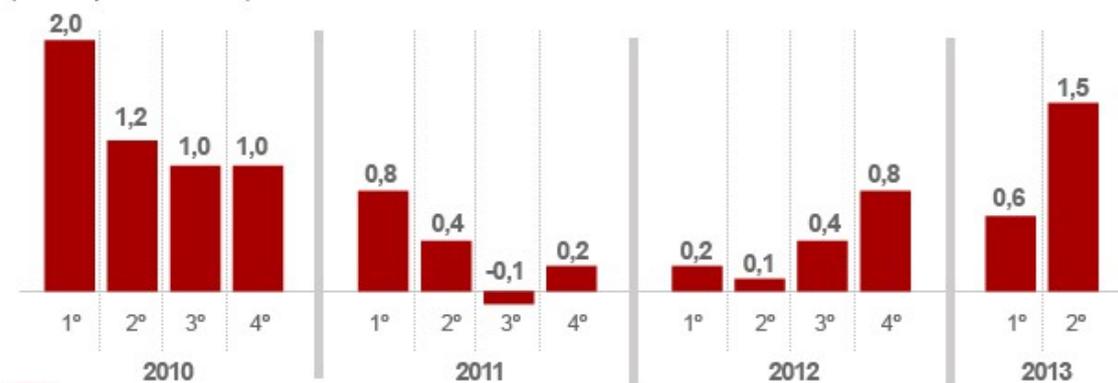


G1.com.br

Fonte: IBGE

O PIB (Produto Interno Bruto) por sua vez, apresentou um crescimento de 1,5% no 2º trimestre de 2013, tendo a maior alta em 3 anos, segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Esta variação surpreendeu, pois foi a maior alta desde os três primeiros meses de 2010 quando o PIB cresceu 2,0% ante o período anterior. Esta alta se deu ao desempenho positivo da agropecuária com alta de 3,9%, seguida da indústria 2,0% e de serviços 0,8%.

Varição do PIB brasileiro
(em % por trimestre)



G1.com.br

Infográfico elaborado em 30/8/2013



Além de surpreender no 2º trimestre a economia brasileira bateu o PIB de outros países como a Espanha que obteve uma variação de apenas 0,1%; França, Reino Unido e Alemanha cresceram respectivamente 0,5, 0,6 e 0,7%; e Estados Unidos e Japão por sua vez empataram com uma variação de 0,6%.

Devido a isso, este crescimento deve ser comemorado, pois significa que estamos exportando mais do que importando, com isso nossa economia se fortalece.

Porém, segundo o Banco Central o país registrou uma retratação de 0,33% neste 3º semestre, foi a terceira queda mensal do ano de 2013. Mas segundo boletim Focus do Banco Central divulgado dia 09/09 o mercado financeiro subiu sua expectativa de alta para o PIB este ano de 2,32% para 2,35%; em contrapartida a estimativa do ano que vem recuou de 2,30% para 2,28%.

Com este menor crescimento da economia teoricamente os juros cairiam, havendo assim menores pressões inflacionárias. Mas não é isto que acontece de fato, pois atualmente os juros básicos estão à 9% ao ano após quatro elevações só neste ano. Com isso o Banco Central tem de calibrar os juros para atingir as metas pré-estabelecidas do sistema de inflação, que em 2013, 2014 e 2015 é de 4,5% podendo chegar a 2 pontos para cima ou para baixo. A expectativa do mercado financeiro segundo os analistas é de que os juros continuem subindo neste ano e terminem 9,75%.

Em relação à taxa de desemprego, ela registrou sua primeira desaceleração em Julho neste ano. Segundo a apuração realizada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), esta apuração foi realizada nas seis principais regiões metropolitanas do País, que obteve uma taxa de 5,6% em julho ante 6% em junho. Ainda segundo o IBGE, esta queda em relação ao mês de junho é considerada estatisticamente significativa, já por outro lado, em relação à Julho de 2012 que apresentou uma taxa de 5,4%, ou seja, o ano de 2013 teve um aumento de 0,2% ante o mesmo mês do ano passado, é avaliado como estável.

O coordenador do Trabalho e Rendimento do IBGE Cima Azevedo, chama atenção para a desaceleração da taxa em São Paulo, região metropolitana que concentrou 40% do total da pesquisa, onde a taxa passou de 6,6% para 5,8%. Cimar ainda destaca que o comportamento da taxa este ano está parecido com o comportamento da taxa do ano passado.



4. Produtos Veterinários

Segundo o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, em fevereiro de 1969 foi criado o primeiro decreto para fiscalização dos estabelecimentos que fabricam e comercializam produtos de uso veterinário. Esses produtos eram usados na pecuária em rebanhos bovinos, na avicultura, suinocultura e equinos. Com o passar dos anos esses produtos começaram a ser produzidos para uso de animais domésticos (pets), hoje é o mercado que mais cresce no Brasil.

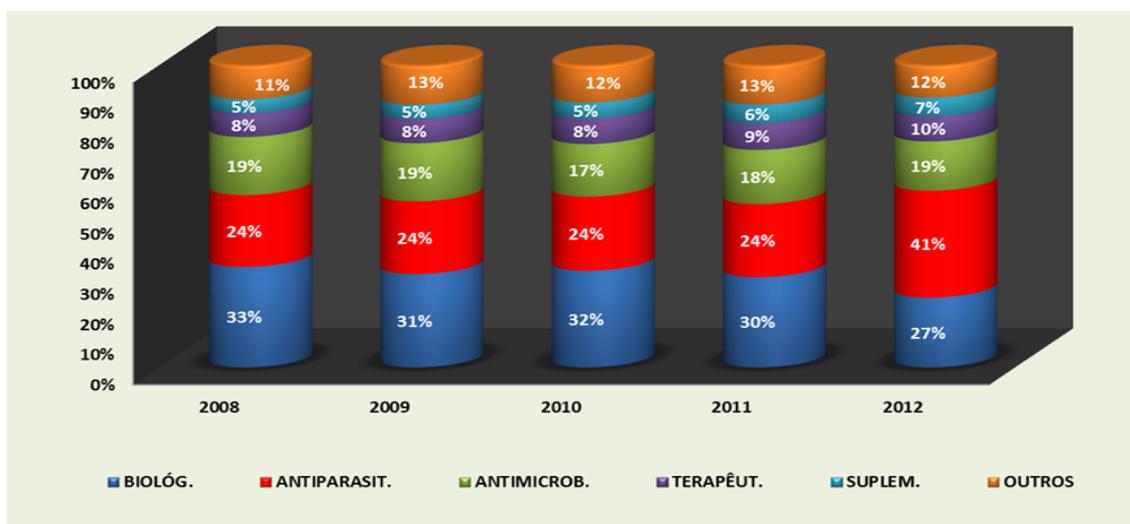
O mercado de saúde animal é classificado por classes terapêuticas que são:

Tabela 1 - Segmentação de mercado por classes terapêuticas

Segmentação de mercado por classes terapêuticas	
Biológicos	Denominação de produtos terapêuticos obtidos com base em organismos vivos ou derivados destes, como soros, vacinas, antitoxinas e antígenos.
Antimicrobianos	Substâncias que inibem o crescimento de microrganismos ou os destroem. Quando esses agentes são originalmente produzidos por espécies de microrganismos, são denominados antibióticos. Quando são produzidos de forma sintética, denominam-se quimioterápicos.
Ectoparasiticidas	Substâncias utilizadas para o tratamento de ectoparasitoses (parasitas externos) causadas por moscas, ácaros, pulgas e carrapatos.
Endectocidas	Substâncias que combatem os principais ectoparasitos e endoparasitos que atacam os animais. Com o aparecimento de focos de resistência, os endectocidas são a primeira opção no controle das ecto/endoparasitoses.
Endoparasiticidas	Substâncias farmacêuticas utilizadas no controle de parasitas internos, tais como vermes.
Terapêuticos	Substâncias químicas utilizadas para a prevenção e o tratamento de doenças, tratamentos endócrinos, sintomas inflamatórios, entre outros. Nesse grupo estão incluídos antiinflamatórios, analgésicos e hormônios (natural e sintético).
Tônicos/Fortificantes	Produtos utilizados para restabelecer e reestruturar o estado geral do animal.
Desinfetantes	Para higienização de instalações e equipamentos de criação de animais em geral. Nessa classe incluem-se também os anti-sépticos para a desinfecção de ferimentos nos animais.
Dermatológicos	Substâncias indicadas para prevenção e tratamento de doenças de pele.
Outros	Agrupam vários tipos de produtos, como suplementos nutricionais e embelezadores.

Fonte: SINDAN – Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal

Participação da classe terapêutica no mercado de saúde animal:



De acordo com o Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para a Saúde Animal (SINDAN), o mercado de saúde animal brasileiro cresce em média 7% ao ano e em 2012 chegou a faturar cerca de R\$3,4 bilhões; o que motivou este crescimento foram as empresas investirem em novas tecnologias na fabricação dos produtos.

	2008	2009	2010	2011	2012
Faturamento Total	2.227.618.819	2.391.093.271	2.642.793.727	3.038.489.094	3.460.978.569
Crescimento Anual		7,34%	10,53%	14,97%	13,90%

Abaixo a Tabela de Crescimento Anual do Faturamento das Indústrias de Saúde Animal, subdividido por espécies de animais.

	2008	2009	% CRESC.	2010	% CRESC.
AVES	366.092.784	407.481.960	11%	412.411.784	1%
CÃES E GATOS	240.128.669	254.330.819	6%	299.147.513	18%
EQUINOS	32.563.573	35.224.407	8%	41.248.012	17%
OUTRAS ESPÉCIES	2.815.563	3.452.610	23%	3.335.443	-3%
RUMINANTES	1.263.493.459	1.297.704.064	3%	1.507.790.051	16%
SUÍNOS	322.524.771	392.899.411	22%	378.860.925	-4%

	2011	% CRESC.	2012	% CRESC.
AVES	463.719.415	12%	491.737.176	6%
CÃES E GATOS	358.825.171	20%	429.145.174	20%
EQUINOS	43.449.106	5%	48.545.774	12%
OUTRAS ESPÉCIES	4.179.157	25%	3.944.672	-6%
RUMINANTES	1.720.437.445	14%	1.713.604.150	0%
SUÍNOS	447.878.800	18%	474.001.623	6%

Fonte: Sindan (2013).

São as grandes companhias multinacionais e nacionais que ditam as tendências do mercado brasileiro de saúde animal, como a Pfizer, MSD, Merial, Ouro Fino, Vallé, Elanco, pois são estas que investem grande quantidade de capital e tempo no desenvolvimento de novos produtos, para suprir as necessidades do mercado e atender as expectativas dos consumidores.

O mercado nacional de produtos veterinários está atualmente dividido em duas partes principais: as Grandes Multinacionais de atuação global, que são empresas de grande porte e as Empresas Nacionais de Pequeno e Médio porte, e com atuação principalmente no mercado nacional, exceto algumas que apresentam pequenos percentuais de exportação. O processo de desenvolvimento e inovação está principalmente nas mãos das Multinacionais, porém devido a sua atuação em nível global estas não apresentam características de

especialidades. Estes produtos ou serviços especializados ficam a cargo das empresas nacionais, desenvolvendo opções específicas do mercado e os nichos.

As Pequenas e Médias Empresas do setor tidas como locais posicionaram frente às estratégias de nichos de mercado, atuando assim sem um confronto direto com as grandes empresas multinacionais, porém concorrendo diretamente com as empresas do mesmo porte. Estratégia bem sucedida que permitiu a consolidação dessas empresas em seus mercados até os dias atuais. Segundo dados do Sindan, no Brasil duas empresas nacionais chegaram a estar entre as 5 (cinco) maiores do mercado.

A seguir veremos a tabela com as principais empresas do setor de Saúde Animal, assim como o crescimento dos respectivos faturamentos de 2011 para 2012.

Empresa	2011	2012	% Crescimento	Share 2012
LABORATÓRIOS PFIZER	555.025.209	557.757.025	0%	17%
MSD SAÚDE ANIMAL	428.360.066	437.005.138	2%	14%
MERIAL	310.632.771	334.941.120	8%	10%
OUROFINO	264.454.700	293.447.118	11%	9%
VALLÉE	197.602.620	203.937.186	3%	6%
ELANCO	158.932.610	192.198.695	21%	6%
HERTAPE CALIER	119.963.052	132.224.637	10%	4%
NOVARTIS SAÚDE ANIMAL	119.949.600	131.898.523	10%	4%
CEVA	120.483.503	121.445.680	1%	4%
BAYER HEALTHCARE	107.053.131	106.796.219	0%	3%
AGENER UNIÃO SAÚDE ANIMAL	86.108.458	95.937.339	11%	3%
FARMABASE SAÚDE ANIMAL	90.248.363	89.463.546	-1%	3%
BIOVET	75.118.219	78.250.350	4%	2%
PHIBRO	57.258.567	76.676.696	34%	2%
BIOGÊNESIS-BAGÓ	76.490.431	74.976.088	-2%	2%
VIRBAC	52.346.918	60.175.354	15%	2%
VETNIL	39.505.004	48.925.809	24%	2%
EUROFARMA	51.604.143	57.746.883	12%	2%
TORTUGA	45.782.930	45.551.265	-1%	1%
UCB SAÚDE ANIMAL	36.780.126	41.357.376	12%	1%
BOEHRINGER INGELHEIM DO BRASIL	47.611.853	44.441.804	-7%	1%
M. CASSAB	40.102.697	39.421.644	-2%	1%
COVELI INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA.	28.367.997	33.959.098	20%	1%
BRAVET	25.681.088	27.987.774	9%	1%
VÉTOQUINOL-FAGRA	19.224.703	18.859.189	-2%	1%
KONIG	12.843.676	13.780.748	7%	0%

5. Fatores Demográficos

Segundo dados do IBGE 2012 (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), no Brasil vivem cerca de 194,9 milhões de pessoas, as quais vivem em aproximadamente 62 milhões de domicílios. Para a Comac (Comissão de animais de companhia), deste total de domicílios, 64% têm algum animal de estimação, sendo que em 44% deles tem pelo menos um cachorro (média de 1,3 por domicílio) e 16% deles tem pelo menos 1 gato (média de 1,5 por domicílio), resultando numa população de quase 50 milhões de animaizinhos (sem considerar outros pets, como pássaros, peixes, etc).

O sudeste é a região de maior consumo de produtos pets com 43% do mercado, seguido pelo nordeste (tem o maior potencial de crescimento) com 28%, centro-oeste com 17% e norte e sul ambos com 7%. Os brasileiros donos de pets têm como preferência os cachorros como animais de estimação. Eles representam 79% das escolhas, sendo os gatos preferidos por 10% da população, e as duas espécies coexistem em 11% dos lares que têm animais de companhia.

Na classe A e B 56% dos domicílios têm pets, chegando a 64% na classe C. Os gatos equivalem a 9% da preferência da classe A. Os cães são prediletos em 85% e as duas espécies convivem em 6% nos lares dessa classe. A população de gatos decresce à medida que a renda familiar cai e isso é explicado pelo custo dos produtos para esse segmento.

Os cães, apesar de requererem mais cuidados e serem mais dependentes dos donos, são os queridinhos dos solteiros. Os felinos são escolhidos por 20% dos solteiros, em contraste com os 73% que preferem os cães.

Dos casais que não tem filhos, 43% possuem cães e gatos. No entanto, esse número cai consideravelmente nos casos dos casais com filhos de até nove anos.

O tipo de moradia também pode exercer grande influência no momento de adquirir um animal de estimação, os cachorros estão com 79% dos proprietários que moram em casa e em 78% dos que vivem em apartamento. Já entre os gatos, 8% moram em casas e 18% em apartamentos.

6. Fatores Culturais

Segundo pesquisa realizada pela Associação dos Revendedores de Produtos, Prestadores de Serviço e Defesa Destinados ao Uso Animal, o fato dos animais de estimação estarem cada vez presentes nos lares ocorre por diversas razões, tais como:

As pessoas adquirem um animal para resolver um problema, seja ele afetivo, de segurança ou de auxílio no desenvolvimento de deficientes. Sendo cães ou gatos, os animais de estimação passaram de coadjuvantes à estrelas nos lares brasileiros, ocupando um lugar de destaque na vida de seus donos, transformando-se realmente em mais um membro da família. Este novo hábito de cuidar e mimar estes bichinhos foram incorporados às relações cada vez mais próximas e prazerosas entre os donos e seus pets.

Um fator importante de lembrar é o processo de humanização que estes animais estão passando, criando assim uma situação totalmente favorável a indústria do setor. As

pesquisas com donos de animais de estimação apontam que 79% dos proprietários denominam-se "papai" ou "mamãe"; 49% celebram o aniversário do animal, 68% viajam com o companheiro e 56% preparam comida especialmente para o animal. Com bases nestes dados cria-se um ambiente totalmente favorável a expansão e crescimento do setor de *Pet Food* (comida para animais de estimação) e *Pet Care* (produtos para cuidado animal). Este processo de humanização esta diretamente relacionada ao crescimento do consumo de produtos e serviços por essa classe de proprietários de Pets, porem ainda continua em aberto os canais que tais consumidores utilizam, pois com essa nova demanda entra em cena novos modelos de lojas de produtos, assim como os hipermercados e supermercados, pois entender as exigências desses consumidores é acompanhar o crescimento do setor.

7. Fatores Tecnológicos

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) será o responsável por uma das maiores mudanças no setor, à autorização para fabricação de medicamentos veterinários genéricos. O Ministério terá a responsabilidade de fiscalizar a produção onde as empresas terão que manter a mesma qualidade de segurança dos produtos, esta é uma Lei regulamentada pela presidenta Dilma Rouseff no dia 20/07/2013 que entrará em vigor dentro de 90 dias.

8. Fatores Legais

A Comissão da Agricultura e Reforma Agrária (CRA), no ano de 2013 retomou o projeto de Lei 2008, que dispõe da devolução de embalagens vazias de produtos de uso veterinário aos estabelecimentos comerciais, o projeto diz que os resíduos podem causar problemas ambientais. O relatório diz ainda que todo produto veterinário importado deverá ter bula em português e que todos os produtos terão informações sobre os procedimentos de devolução.

9. Tendências de Cenários Futuros

9.1. Visão Pessimista

Estando o mercado de produtos Pet aquecido no Brasil, e as análises mostrando um contínuo crescimento, a tendência das empresas é de investir cada vez mais alto no setor.

Investir significa arriscar e quando falamos de arriscar neste mercado estamos falando de retorno a longos prazos, pois a política de liberação de produtos novos para a comercialização é demorada. Entretanto altos investimentos trazem altos retornos, porém esta afirmação pode não ser verdadeira se as tendências do mercado não se concretizarem e os cenários forem totalmente diferentes.

São inúmeros os fatores que podem trazer mudanças no comportamento do mercado de produtos para saúde animal, assim como uma alteração nos hábitos dos consumidores devido a fatores naturais ou ambientais. O surgimento de nova doença em animais de pequeno porte (pets) pode influenciar fortemente. Isso porque uma das tendências do mercado é o aumento do número de animais de estimação, e uma vez que as pessoas tenham receio da convivência com estes animais devido ao surgimento de doenças que possam até ser transmitidas ao homem, haverá uma forte retração do mercado. Com isso os grandes investidores (multinacionais) são forçados a alterar suas missões, ou seja, rever conceitos de produtos e do mercado, pois um dos ramos que mais gera renda para estas companhias o de pets está comprometido, uma vez que o conceito de animal de estimação estará denegrido.

Analisando o mercado pelo aspecto econômico vemos grandes números se tornando maiores ainda. Isso significa alto crescimento e surgimento de novas empresas do setor, porém para que haja suporte a todas estas companhias é necessário que exista demanda. Uma nova crise econômica pode gerar a diminuição significativa do consumo, tornando o mercado saturado e concorrido, devido às expectativas positivas não realizadas. A redução do poder aquisitivo da população, gerada por uma crise econômica, significando cortes no orçamento familiar e conseqüentemente o corte tem início pelas despesas supérfluas. Gastos com animais de estimação estão inclusos neste cenário e diminuição do consumo é diretamente ligada aos lucros empresariais do setor, assim criando uma crise no mercado de produtos de saúde animal.

9.2. Visão Otimista

O fator comportamental é o principal acontecimento que mudou o cenário do mercado de produtos para saúde animal. Esta mudança está diretamente relacionada com os hábitos de vida das pessoas, onde a classe de donos de animais de estimação está aumentando gradativamente com o passar dos anos, sendo esta classe os casais sem filhos,

idosos, e pessoas que vivem sozinhas. Essas mudanças comportamentais fizeram com que as pessoas passassem a criar mais animais de estimação, ou seja, mais pets ocupando lugar nas residências e conseqüentemente aumentando significativamente a população de animais. Uma vez que a um aumento no número de bichos de estimação na mesma proporção acontece o crescimento da demanda, assim dando oportunidade ao mercado de crescer e as empresas de aumentarem seus faturamentos.

O aumento significativo no faturamento das empresas do setor de saúde animal se deu principalmente pelo fato de cada vez mais os animais domésticos estarem “humanizados”, pois os animais são vistos como membros da família e as pessoas passam a destinar parte do orçamento familiar para cuidar dos mesmos. As tendências do mercado são de continuo aumento do setor, que fica na base dos 8% a 10% ao ano, com isso incentivando o desenvolvimento de novos produtos e serviços e atraindo mais a atenção da concorrência internacional. Esta compete diretamente e indiretamente com as empresas nacionais, porem as que trabalham somente no mercado interno brasileiro possuem uma maior especialização na área, obtendo assim vantagens sobre os investidores internacionais.

Um fato significativo é o constante aumento no número de pet shops no país é consequência do aumento da busca por produtos e serviços no setor, enfatizando a ideia de que cada vez mais as pessoas gastam mais com seus animais de estimação. Seguindo o crescimento da demanda as empresas tendem a investir mais em produtos que atendam este mercado de pet shops, pois o mesmo já representa cerca de 75% do comercio pet no país.

Não podemos deixar de mencionar que este mercado atende as diversas classes sociais brasileiras (A, B, C e D), porem os maiores faturamentos estão nas classes mais altas, pois estas investem mais na saúde de seus companheiros. Todas as classes sociais são consumidores do mercado, mesmo que haja diferenciação de produtos, qualidade e preço, entretanto os maiores crescimento da demanda estão concentrados nas classes altas e média, que gastam em média R\$ 133,04 por mês com cada animal, dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação - Abinpet.

9.3. Visão Mais Provável

O grande crescimento do mercado de animais pet no Brasil está concentrado nos anos de 2010 a 2012, cerca de 20% ao ano, portanto existe uma tendência a se estabilizar o

crescimento deste mercado a partir de 2013 e o mesmo ficar restrito ao crescimento vegetativo da população.

O grande crescimento populacional acontece nas classes mais inferiores (C e D), portanto mesmo com o aumento da população a tendência seja de que o crescimento do mercado Pet não acompanhe a mesma proporção do crescimento da população, isso principalmente pelo fato de que a classes C e D não gastam altos valores com os cuidados com seus animais de estimação.

Mesmo com a tendência de a população de cada vez terem menos filhos e passarem a adotar animais de estimação como membros de suas famílias, aumentando substancialmente os gastos com pet no Brasil, a grande onda provavelmente já passou e o que veremos agora é somente uma manutenção com os mesmo gastos que veem ocorrendo nos últimos três anos.

Referências

<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia-brasil,taxa-de-desemprego-recua-para-56-em-julho-informa-ibge,162560,0.htm>

<http://g1.globo.com/economia/noticia/2013/05/previa-do-pib-tem-crescimento-de-104-no-primeiro-trimestre.html>

<http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/investidor-em-acao/2013/08/27/mais-sobre-o-dolar-inflacao-e-taxa-selic/>

<http://g1.globo.com/economia/noticia/2013/08/inflacao-oficial-fica-em-003-em-julho-mostra-ibge.html>

<http://g1.globo.com/economia/noticia/2013/04/inflacao-oficial-acumula-alta-de-659-em-12-meses-mostra-ibge.html>

<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia-brasil,economia-reage-e-pib-cresce-15-no-segundo-trimestre,163375,0.htm>

<http://www.corecon-go.org.br/artigos-leitura.php?id=93&chave=crescimento-do-pib-e-oportunidades>

<http://g1.globo.com/economia/noticia/2013/09/previa-do-pib-inicia-3-trimestre-com-queda-de-033-em-julho-diz-bc.html>

<http://www.agricultura.gov.br/animal/produtos-veterinarios>

<http://www.zoetis.com.br/Mercado-de-Saude-Animal>

<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/economia/noticia/2013/08/setor-pet-deve-crescer-8-1-no-brasil-em-2013-4227335.html>

<http://vejasp.abril.com.br/blogs/bichos/2013/02/hoje-ter-um-animal-esta-longe-de-ser-superfluo/>

<http://www.canaldoprodutor.com.br/comunicacao/noticias/cna-estima-crescimento-de-89-do-faturamento-da-pecuaria-em-2013>

<http://www.aceav.com.br/index.php/noticias/clipping-diario/110-artigos-de-mercado/1490-faturamento-de-veterinarias-bate-recorde>

<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/mercadoaberto/2013/05/1277333-numero-de-beneficiarios-de-plano-de-saude-cresce-pouco.shtml>

<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&busca=1&idnoticia=2440>

<http://www.sindan.org.br/sd/base.aspx?controle=8>

<http://www.mst.org.br/node/14158>

<http://www.aps.org.br/home/1-timas/1819-saude-animal-impulsiona-economia-.html>

<http://www.beefpoint.com.br/cadeia-produtiva/giro-do-boi/mapa-regulara-producao-e-uso-de-medicamentos-veterinarios-genericos/>

<http://www.reciclaveis.com.br/noticias/00402/0040209regulamentado.htm>

<http://g1.globo.com/economia/noticia/2013/04/gasto-mensal-medio-com-animal-de-estimacao-pode-variatar-quase-2000.html>

<http://www.siagri.com.br/bis/newbis/marco-09/devolucao.pdf>

<http://www2.abracomex.org/index.php?getx=noticias&intId=76>