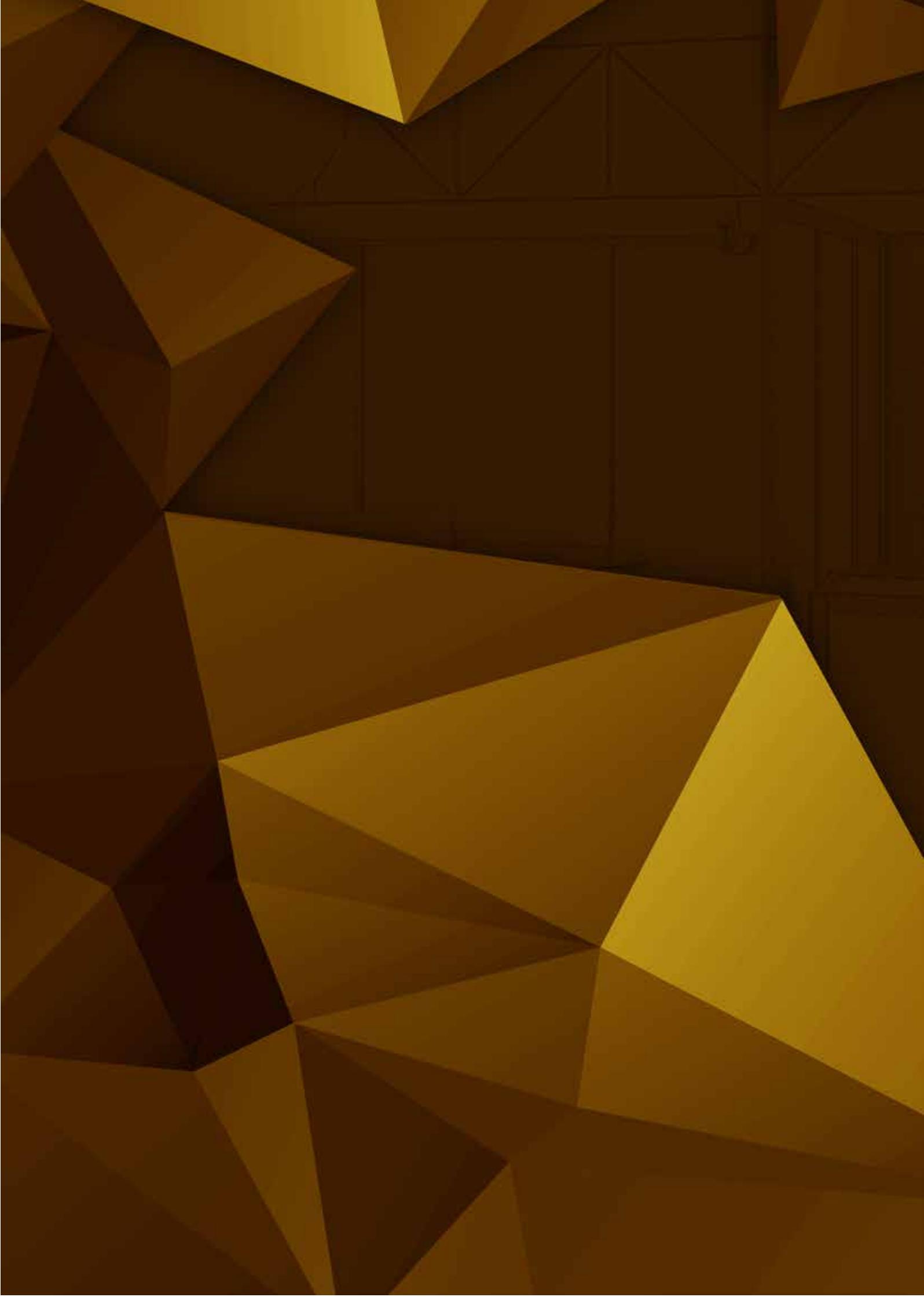




INTELIGÊNCIA EM **FEIRAS**

PET SOUTH AMERICA
2016





EXPEDIENTE

© 2016. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei n.º 9.610)

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia
Unidade de Acesso a Mercados
Rua Horácio César, 64 Dois de Julho – CEP: 40.060-350 – SEBRAE/BA
Telefone: (71) 3320-4491
E-mail: contato.uam@ba.sebrae.com.br; www.ba.sebrae.com.br

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL

Antonio Ricardo Alvarez Alban

DIRETOR-SUPERINTENDENTE

Adhvan Novais Furtado

DIRETOR TÉCNICO

Lauro Alberto Chaves Ramos

DIRETOR DE ATENDIMENTO

Franklin Santana Santos

UNIDADE DE ACESSO A MERCADOS

José Nilo Meira – GERENTE
Alessandra Giovana F. da S. de O. Borges – GERENTE ADJUNTA
Anderson dos Santos Teixeira – ANALISTA I
Diógenes de Souza Silva - ANALISTA I

UNIDADE DE ATENDIMENTO COLETIVO

Célia Márcia Fernandes – Gerente
Ítalo Guanais Aguiar Pereira – Coordenador de Comércio & Serviços

GESTORA DE INTELIGÊNCIA EM FEIRAS NA BAHIA

Alessandra Giovana F. da S. de O. Borges

CONSULTOR CONTEUDISTA E CRÉDITO DAS FOTOGRAFIAS DA FEIRA

Tiago Antônio de Aragão Campello Valois Mendez

DESIGN GRÁFICO

Suzana Salgado

IMAGENS

Istock Photo

SUMÁRIO

PARTE I

A PET SOUTH AMERICA 2016 ————— 7

1. CONTEXTUALIZAÇÃO	8
1.1. PERFIL DOS EXPOSITORES E SEGMENTOS	9
1.2. PERFIL DO VISITANTE	10
1.3. EVENTO INTEGRADO	10

PARTE II

NOVIDADES E TENDÊNCIAS ————— 12

2. NOVIDADES E TENDÊNCIAS DO MERCADO PET E VETERINÁRIO	13
2.1. PET FOOD	13
2.2. PET ASSISTÊNCIA	15
2.3. PET PREVIDÊNCIA	15
2.4. PET VIAGEM	15
2.5. PET DESIGN	16
2.6. PET SHOP	16
2.7. TECNOLOGIA 3D NO MUNDO PET	17
2.8. AQUARISMO	17

PARTE III

NOVIDADES EM PRODUTOS 18

3. NOVIDADES EM PRODUTOS 19

3.1. OSSOS E PETISCOS NATURAIS 19

3.2. DOG BEER 19

3.3. SABORIZADOR PARA RAÇÃO 19

3.4. ELIMINADOR DE ODORES 20

3.5. GRANULADOS HIGIÊNICOS PARA GATOS 20

3.6. TAPETE HIGIÊNICO E DE ALTA ABSORÇÃO 21

3.7. TAG DE SEGURANÇA 21

3.8. MOSQUETÃO AUTOMÁTICO 21

PARTE IV

NOVIDADES EM EQUIPAMENTOS 22

4. NOVIDADES EM EQUIPAMENTOS 23

4.1. BIOQUÍMICO A SECO 23

4.2. ULTRASSONOGRAFIA VETERINÁRIA 23

4.3. RAIOS X 23

4.4. MÁQUINAS DE SECAR, SECADORES E SOPRADORES 24

4.5. TOSADORES 24

PARTE V

NEGÓCIOS 25

5. OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS 26

5.1. FRANQUIAS PET 26

5.2. CANAL DE TV PARA PET 26

5.3. GPS PARA O PET 27

PARTE VI

PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADE 28

6 - PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADES 29

APRESENTAÇÃO

Inteligência em Feiras é uma metodologia desenvolvida pelo SEBRAE Nacional que visa etnografar feiras, ou seja, observar detalhadamente e relatar por escrito a ambiência, o público, as promoções, os destaques, as novas tecnologias, as inovações, as oportunidades, os preços e as tendências, entre outros aspectos de uma feira, seja ela local, regional, nacional ou internacional. Para isso, deve-se usar também imagens captadas, sondagens realizadas com os visitantes, os expositores e os promotores das feiras, relatos sobre experimentações, vantagens e sínteses dos novos saberes difundidos durante estes eventos em áreas voltadas para capacitação, roda de conversas e de negócios. Seguindo esta estrutura, o Sebrae Bahia escolheu as Feiras realizadas no Brasil mais expressivas para seus segmentos prioritários e aplicou este método, para trazer para nossos empresários informações relevantes e diferenciadas, que servirão de insumos para a geração de novos negócios.

Boa leitura. Bons negócios!
Unidade de Acesso a Mercados



PARTE I
A PET SOUTH AMERICA 2016

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

A PET SOUTH AMERICA 2016 aconteceu durante os dias 30 de agosto e 1º de setembro em São Paulo, no Expo Center Norte. Considerada há 15 anos como referência no setor Pet e veterinária, é a principal plataforma de negócios do setor, no Brasil e na América Latina.

O evento, organizado pela NürnbergMesse Brasil, contou com a exposição de produtos e serviços, reuniu tendências, novidades e discussões em um ambiente voltado para conectar pessoas, criar experiências, compartilhar conhecimento e gerar negócios.



Cerca de 20 mil pessoas visitaram a feira, que funcionou os três dias das 13h às 21h e contou com a presença de 320 marcas expositoras nacionais e internacionais, distribuídas numa área de exposição significativa, abrangendo o pavilhão verde de feiras do Expo Center Norte.

Também foi possível baixar no smartphone o aplicativo da feira, disponível para Android e IOs. Basicamente, o App apresenta as mesmas informações do site do evento, como lista de expositores, mapa da feira e meios de credenciamento. Uma utilidade, porém, é a possibilidade de marcar os estandes favoritos e os visitados. O aplicativo ainda traz informações do Congresso Paulista e da Arena de Conhecimento com suas respectivas agendas de palestras e palestrantes.

1.1. PERFIL DOS EXPOSITORES E SEGMENTOS

As principais empresas do trade de Pet e Veterinária participaram do evento e apresentaram soluções para os mais diversos segmentos:

- Acessórios;
- Adestramento;
- Alimentadouros;
- Alimentos para equinos;
- Alimentos para cães;
- Alimentos para gatos;
- Alimentos para peixes;
- Alimentos para aves;
- Aves;
- Aquarismo;
- Brinquedos para PET;
- Consultoria;
- Casas e camas;
- Cosméticos;
- Publicações e editoras;
- Equipamentos para pet shop;
- Equipamentos veterinários;
- Exóticos;
- Gaiolas;
- Higiene e limpeza;
- Importação e distribuição;
- Imagem e diagnóstico;
- Nutrição / pet Food;
- Pavilhão Chinês;
- Petiscos;
- Répteis;
- Roedores;
- Snacks;
- Saúde animal;
- Serviços;
- Software;
- Máquinas e Insumos;
- Transporte;
- Vestuário.

Uma novidade apresentada também foi a Área Internacional da Feira e os boxes padronizados, seguindo uma tendência de eventos realizados nos Estados Unidos e na Europa. São espaços menores desenvolvidos para atender empresas que necessitam expor apenas um produto ou serviço.



1.2. PERFIL DO VISITANTE

O acesso ao evento foi restrito aos profissionais da cadeia produtiva e decisores de compras que atuam em diferentes segmentos do mercado pet e veterinária, e que fizeram o seu pré-credenciamento (por meio do site www.petsa.com.br) ou que apresentaram convite do evento no local.

Em geral, participou um público qualificado de médicos veterinários, proprietários de pet shops e clínicas veterinárias, além de groomers (profissionais banhistas, tosadores, entre outros esteticistas de animais), criadores e distribuidores. Também foi permitida a participação de estudantes de Medicina Veterinária e Zootecnia, dos últimos anos de faculdade (4º e 5º anos).

1.3. EVENTO INTEGRADO

A NürnbergMesse Brasil criou o "Circuito de Valorização Profissional", trazendo uma nova abordagem em eventos de negócios, voltada para compartilhar conhecimento, conectar pessoas e criar experiências.

Os participantes tiveram uma nova experiência, mais enriquecedora e integrada. Num só local, podiam visitar toda a cadeia produtiva, buscar aperfeiçoamento profissional, além de conhecer as mais recentes tendências e soluções em produtos e serviços para o setor pet e veterinário.

O Circuito de Valorização Profissional foi estruturado em três pilares principais:

Desenvolvimento:

- Congresso Paulista das Especialidades
- Área de Exposição e Negócios
- Trabalhos Científicos

Valorização:

- Projeto Informa, Forma, Transforma
- Groom Brasil
- Arena do Conhecimento

Reconhecimento Profissional:

- Prêmio Destaques

1.3.1. ARENA DO CONHECIMENTO

Dentro da própria feira, foi criada a Arena do Conhecimento, um espaço voltado para palestras de conteúdos diversos, entre eles: empreendedorismo, tendências de mercado, regularização setorial, valorização, atualização profissional, comportamento e bem-estar animal.





PARTE II
NOVIDADES E TENDÊNCIAS

2. NOVIDADES E TENDÊNCIAS DO MERCADO PET E VETERINÁRIO

2.1. PET FOOD

A indústria de alimentos para pet vem crescendo continuamente e está cada vez mais segmentada e especializada na produção de alimentos completos e voltados para o bem-estar dos animais.

Até a década de 1970, a alimentação dos pet era, basicamente, caseira. Por volta dos anos 80, a indústria investiu maciçamente em alimentos completos, mas até os anos 90, a preocupação era apenas com a alimentação para suprir a fome do animal durante 24 h. A partir dos anos 2000, passou-se a ter foco na saúde dos animais, considerando alguns parâmetros como idade do animal, nível de atividade, condição física, raça e estado de saúde.



Os alimentos são classificados pelo Ministério da Agricultura e Pecuária em três grupos:

- **Alimentos completos** – balanceados com nutrientes que alimentam plenamente os cães e gatos;
- **Alimentos específicos** – é o famoso petisco, usado muitas vezes como forma de gratificação;
- **Alimentos coadjuvantes** – este deve ser indicado e receitado pelo médico veterinário e auxilia no tratamento de algumas doenças.

Segundo o médico veterinário Yves Miceli, Presidente da Comissão Técnica de Nutrição Animal do CRMV-SP, “a nutrição de alta qualidade tem se desenvolvido e se adaptado para a nova realidade de mercado. Hoje temos várias marcas no mercado mundial e mercado brasileiro que trabalham na segmentação prevenção e saúde” explicou Yves durante a palestra proferida na Arena de Conhecimento.

Ele destacou também os principais objetivos da nutrição de alta qualidade:

- diminuir o tempo de ingestão e estímulo da mastigação;
- diminuir a quantidade de alimentos por refeição, oferecendo um alimento com maior densidade calórica e de nutrientes em quantidades menores e por mais vezes;
- aumentar a digestibilidade do alimento através do processo produtivo e alta digestibilidade de proteínas e amido;
- ajustar o número de refeições, quantidade e qualidade do alimento em relação à atividade física do indivíduo;

O mercado de pet food também vem sendo influenciado por algumas tendências:

- Premiumização: o aumento de famílias “não tradicionais”, sem filhos e donos com maior poder aquisitivo, vem favorecendo a compra de produtos premium para os animais;
- Humanização do pet: a cada dia o pet tem sido considerado um ente da família, sobretudo, nas famílias brasileiras;
- Praticidade do alimento: com uma rotina de trabalho intensa, os donos de pet têm buscado comprar alimentos secos e práticos para o consumo;
- Saúde e bem-estar: os alimentos estão mais nutritivos, sofisticados e segmentados para os diversos tipos de raças e características de pet;
- Distribuição de mercado: a urbanização acelerada, o aumento das malhas de logística vem permitindo uma maior aproximação entre fornecedores, distribuidores e consumidores, através da inserção crescente de produtos em mercados regionais.

Todo este avanço no segmento de pet food tem permitido uma melhoria significativa na qualidade de vida dos animais, praticamente dobrando a expectativa de vida nos cães e gatos.

Além disso, existem no mercado vários tipos de alimentos para pets, segmentados por tipo de animal, como também por características do produto. A maioria tem apresentado as seguintes características:

- Alta palatabilidade;
- Sem transgênicos;
- Sem conservantes;
- Sem aromatizantes;
- Sem corantes;
- Sem glúten;
- Baixo teor calórico;
- Sem gordura hidrogenada;
- Livre de sódio;
- Produção com alimentos frescos;
- Livre de alergias.

2.2. PET ASSISTÊNCIA

Os proprietários de pets estão sempre buscando o maior conforto e bem-estar para seus animais, considerados praticamente integrantes das famílias. Com isso, vem crescendo o número de assistências para pets, uma espécie de plano de saúde para o animal. São serviços de qualidade que cobrem procedimentos de emergência ou decorrente de doenças, transporte do animal ao veterinário, cobertura nacional, atendimento ambulatorial, cirurgias, internação, exames laboratoriais e de imagem, assistência funeral.



2.3. PET PREVIDÊNCIA

Já existem empresas especializadas em Crematório de Animais. Com uma demanda crescente de animais domésticos e, alinhada com a tendência da “humanização do pet”, a solução empresarial foi desenvolvida para amenizar a dor da perda com dignidade e respeito ao companheiro e ao meio ambiente, proporcionando um menor índice de poluição por utilizar método ecologicamente correto, com total atenção ao luto. Cremação individual e coletiva, no pronto atendimento e com convênios preventivos de baixo custo mensal.

2.4. PET VIAGEM

Outro segmento interessante alinhado com o mercado pet é o de serviços turísticos (hospedagem e transporte) para o dono, sua família e seu Pet. Uma viagem completa e sem necessidade de “pedir favores” para que o animal não fique sozinho.

2.5. PET DESIGN

As designers Simone Fogassa, proprietária de um Gatil, e Daniella Stecconi, formada em biologia, apresentaram na Pet South America móveis desenvolvidos exclusivamente para atender às necessidades de conforto e bem-estar do animal e agregados à decoração da casa. Além do design moderno e arrojado, os móveis são produzidos com produtos reciclados e atóxicos que garantem segurança para o pet e a família.

2.6. PET SHOP

As principais tendências identificadas sobre o mercado de Pet Shop foram:

- **Serviços à domicílio:** o aumento da competitividade do segmento e a falta de tempo dos donos de pet, tem favorecido o crescimento de soluções nas residências dos clientes, que vão desde banho e tosa, a tratamentos de cuidados com o pelo e também a saúde dos animais, e ainda comercialização de produtos. Esta é uma tendência em franco crescimento.
- **Adestramento inteligente:** a relação entre animal e humanos vem se tornando cada vez mais equilibrada e feliz. Isso se deve aos trabalhos de educação e serviços de adestramento inteligente. O zootecnista Alexandre Rossi criou um método de adestramento baseado em reforços positivos e com valorização de atitudes corretas, sem utilizar qualquer tipo de violência. Ele ressalta a importância da socialização do animal no período certo: entre 21 dias e 3 meses de vida.

Os adestradores de animais modernos oferecem suporte aos criadores, aos proprietários dos animais, às clínicas veterinárias, bem como pet shops, ajudando na fidelização dos clientes.

- **Tratamentos alternativos:** nos Estados Unidos da América, esses tratamentos já são bem comuns e, aqui no Brasil, a metodologia começou a ganhar espaço entre os médicos veterinários. O objetivo é evitar que os animais ingiram medicamentos, pois da mesma forma que nos humanos, o excesso de medicamentos é prejudicial ao organismo.

Basicamente, existem três soluções alternativas: a aromaterapia, a cromoterapia e a terapia com florais. No caso dos florais, foi lançado na feira um novo produto, sem conservantes, nem aromas artificiais, com moderna válvula spray que facilita o uso, podendo ser borrifado diretamente na boca do animal ou na água.

- **Softwares de Gestão:** a informatização dos Pet Shops e Clínicas Veterinárias tem se tornado fundamental para a alavancagem e competitividade dos negócios. Na feira, foram apresentadas algumas soluções em software de gestão, com módulos prontos para os respectivos negócios e necessidades: Pet Shop, Clínica Veterinária, Loja, Compras, Financeiro, Fiscal, RH, entre outros.

Algumas das principais funções e soluções disponíveis: agenda de banho, tosa e serviço clínico; cadastro de cliente e animal; cadastro de anamnese; controle de consumo de ração; controle de consultas, controle de comissão profissional, controle de caixa, cadastro de exames, relatórios de vendas, dentre outros. Destaque especial para o controle de todas essas soluções a partir do smartphone, utilizando aplicativos.

2.7. TECNOLOGIA 3D NO MUNDO PET

Já existem soluções de impressão 3D com diversas possibilidades de aplicação da tecnologia, entre elas a criação de próteses impressas em diversos materiais que beneficiam animais domésticos e selvagens. Pesquisadores da Divisão de Tecnologias Tridimensionais (DT3D) do CTI Renato Archer, que integra o Arranjo NIT Mantiqueira, já criaram soluções para diversas particularidades dos animais.

A nova aplicação ganhou fama e repercussão mundial com a solução aplicada ao caso da arara "Gigi", que precisou de uma prótese de bico e esta foi desenvolvida com uma liga metálica.



2.8. AQUARISMO

Outro segmento com grande potencial de crescimento no mercado brasileiro de pet é o de aquários e peixes ornamentais. Apesar de aqui no Brasil a população ainda não ter tanta cultura em possuírem aquários em suas residências, na Europa esse segmento é um dos mais fortes. Roberto, um dos expositores da Pet South America, comentou que a Feira Interzoo, que acontece em Nuremberg – Alemanha, possui cerca de 90% de expositores de aquários. "É um mercado que ainda vai crescer muito aqui no Brasil", reforça Roberto.





PARTE III
NOVIDADES EM PRODUTOS

3. NOVIDADES EM PRODUTOS

3.1. OSSOS E PETISCOS NATURAIS

A indústria vem apostando na saúde e diversão para os pets, utilizando ossos e petiscos naturais para cachorros, produzidos com matéria-prima 100% natural, sem sódio, nem corantes artificiais e ricos em cálcio, colágeno e proteínas.



3.2. DOG BEER

Um expositor apresentou na feira a primeira cerveja criada especialmente para o paladar do pet. Trata-se de um petisco líquido desenvolvido pelo Centro de Tecnologia em Alimentos e Bebidas do SENAI de Vassouras – RJ, fabricada nos mesmos moldes de bebida para humanos.

É produzida à base de água, malte e carne, sendo bastante semelhante à cerveja dos humanos, mas não é fermentada, nem possui álcool ou gás.

3.3. SABORIZADOR PARA RAÇÃO

Diante de uma tendência crescente de “humanização dos Pets”, buscando o bem-estar e a felicidade do animal, fabricantes lançaram um saborizador para as rações de animais, utilizando matéria-prima 100% natural e sem conservantes, disponíveis nos sabores picanha, costela e medalhão. Apresenta os seguintes benefícios:

- Diversifica o sabor da ração, evitando que o cão enjoje;
- Umidifica a ração, facilitando a mastigação e digestão;
- É ideal para animais idosos ou debilitados, pois estimula a alimentação;
- É um agrado para o animal;

- Tem Ômega 3 e 6;
- Após aplicado, mesmo que não seja consumido imediatamente, não estraga a ração; ao contrário, ajuda na conservação do alimento.

3.4. ELIMINADOR DE ODORES

Outro lançamento bem interessante e alinhado com as tendências do consumidor (cada vez mais ambientalmente consciente) foi o de um produto eliminador de odores, que utiliza microrganismos existentes na natureza combinados capazes de degradar os resíduos presentes nos fluidos corpóreos dos pets. A partir de um processo biotecnológico são capazes de eliminar odores e manchas. Um detalhe especial é que também pode ser utilizado por pessoas que não possuem pets, mas querem ter um resultado de limpeza e bom cheiro nas suas residências.

3.5. GRANULADOS HIGIÊNICOS PARA GATOS

Os gatos possuem hábitos diferentes dos cães, principalmente o de enterrarem as suas fezes e urinas. Por isso, existe no mercado também produtos granulados (que se assemelham à areia), voltados para atender a essa necessidade do pet.



Atualmente, os granulados são comercializados em dois tamanhos, pequenos e médios, e com tecnologias de ponta que trazem os seguintes benefícios:

- é composto por grãos absorventes que garantem a retenção da urina e a umidade das fezes, sem produzir lama, formando torrões super-resistentes que não se quebram facilmente e são fáceis de serem limpados;
- neutraliza os odores e possuem melhor desempenho, com duração de até 6 semanas;
- possuem minerais neutralizantes de toxinas – os gatos têm o hábito de consumirem os granulados sempre que estão com má digestão;
- após o uso, podem ser reaproveitados como adubos para as plantas em jardins e vasos;
- 100% natural, PH neutro e atóxico, não prejudica a saúde do animal, nem ao meio ambiente.

3.6. TAPETE HIGIÊNICO E DE ALTA ABSORÇÃO

Com previsão de chegar ao Brasil ainda em 2016, foi apresentado o Tapete Higiênico de absorção imediata, produzido com matéria-prima 100% natural, o carvão de bambu, que possui grande poder de eliminar odores e umidade. É um produto antibacteriano e antiderrapante.

3.7. TAG DE SEGURANÇA

Uma solução mais convencional também foi apresentada por outro expositor para garantir a segurança do animal. Trata-se de uma “Tag de Segurança”, que acompanha os produtos comercializados pela loja. Ao comprar uma coleira, por exemplo, o usuário pode fazer o cadastro do número de série e vincular o pet ao seu número de telefone, endereço ou qualquer outro dado pessoal. Caso o pet se perca e alguém o ache, o dono pode ser contatado pelo canal da loja, sem precisar expor os dados pessoais.

3.8. MOSQUETÃO AUTOMÁTICO

O primeiro mosquetão automático para coleiras de cães foi lançado na feira. Considerado uma inovação mundial em 2016, combina máxima segurança e facilidade de uso, tornando o engate/desengate da coleira ou peitoral mais rápido e fácil através de um mecanismo magnético. É produzido em plástico de alta tecnologia, sendo robusto e leve ao mesmo tempo. Possui resistência de tração de até 120 kg para o modelo médio e de até 180 kg para o modelo grande. Seu sistema de abertura com dois botões torna-o extremamente seguro.



PARTE IV
NOVIDADES EM EQUIPAMENTOS

4. NOVIDADES EM EQUIPAMENTOS

4.1. BIOQUÍMICO A SECO

Um fabricante apresentou um novo equipamento analisador bioquímico a seco, capaz de executar vários parâmetros de testes de química clínica. Entre outros benefícios, destacam-se:

- Já vem com auto-pipetagem integrado;
- Não requer calibração nem água, facilitando a preparação e a manutenção;
- Códigos de barra impressos em cada slide eliminando a necessidade de informar o parâmetro desejado;
- Apenas 10 µl de amostra para testes bioquímicos;
- 128 testes / hora;
- Tempo de medição: 2 a 6 minutos (colorimetria) e 1 minuto (Na, K, Cl);
- Impressora térmica embutida.

4.2. ULTRASSONOGRAFIA VETERINÁRIA

Outro lançamento foi um aparelho de Ultrassom Veterinário que dispõe de recursos cuja flexibilidade garante que o profissional atue com excelência em aplicações cardíacas, vasculares, oftalmológicos, músculos-esqueléticos, entre outros diagnósticos, nos mais variados níveis de complexidade em animais de pequeno e grande porte. O modelo é leve, portátil e inclui bateria interna, o que aumenta sua mobilidade, possibilitando atendimentos em residências, por exemplo, ou em atividades de campo.

4.3. RAIOS X

Foi lançado na feira também um novo equipamento para Raio-X veterinário, que utiliza a mesma tecnologia de equipamentos médicos. Este aparelho é totalmente digital e possui um software de aplicação "Single Touch", que roda no console touch, transfere ao software principal as seguintes informações: Espécie do animal (pequeno, médio, grande porte e animais silvestres) - Região anatômica selecionada; - Projeção anatômica exposta; - Parâmetros das técnicas radiográficas (kV, mA, mAs, tempo), espessura da zona anatômica. E toda as informações ficam guardadas automaticamente no arquivo DICOM de cada paciente, e também é visualizada sobre a imagem radiográfica exposta na tela. Outro diferencial do equipamento é a mesa com tampo flutuante, facilitando o posicionamento do animal para a realização do exame.

Outro equipamento disponível para os profissionais veterinários é o cabeçote portátil de raio-X, com sistema integrado e combinando tecnologia de geração de alta frequência com flexibilidade de uso em qualquer área clínica, hospitalar e atendimento externo.

4.4. MÁQUINAS DE SECAR, SECADORES E SOPRADORES

Alguns fabricantes apresentaram na PETSa a sua linha completa de novas máquinas de secar para Pet Shops, com tecnologia e design inovadores.

A novidade deste ano é máquina de secar de terceira geração – sistema exclusivo com dois motores e três turbinas: possui sistema twister com saída de ar por toda a lateral da máquina, proporcionando o turbilhonamento do ar, favorecendo uma secagem mais rápida e uniforme do animal. Na Feira, a máquina estava sendo comercializada por R\$ 8.999,00, em 10x sem juros.

4.5. TOSADORES

Já profissionais tosadores ou groomers puderam conhecer os novos produtos da linha profissional e modernas máquinas de tosar. Em destaque para tosquiadeiras com novas cores (uso profissional com 2 velocidades, chegando a 3400 movimentos de lâminas por minuto). Um dos maiores diferenciais dessa nova linha é funcionamento extremamente silencioso.





PARTE V
NEGÓCIOS

5. OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

5.1. FRANQUIAS PET

Alguns modelos de franquias foram divulgados na Pet South America 2016, entre eles dois destaques:

- Consultório veterinário com 50 m² com serviços de atendimento de cães e gatos, vacinação, banho & tosa e venda de alimentos e medicamentos;
- Clínica veterinária com 100 m² com todos os serviços do consultório, mais serviços de cardiologia, reprodução, ultrassonografia, endoscopia, exames laboratoriais, entre outros.

Os principais benefícios para os negócios são:

- Apoio na busca, análise e negociação do ponto;
- Melhores margens de lucro com negociações centralizadas;
- Mix de produtos adequado para cada tamanho de loja;
- Consultoria permanente na gestão do negócio;
- Marketing de rede com calendário promocional, tabloide, programa de fidelidade e garantia de menor preço;
- Customização dos projetos, de acordo com os tamanhos das lojas, consultório, clínica veterinária, hospital ou centro estético;
- Taxas diferenciadas de cartão de débito e crédito;
- Capacitação contínua no Centro Estético;
- Sistema SAP de Gestão.

5.2. CANAL DE TV PARA PET

Já existe no Brasil um canal exclusivo para o pet assistir. A programação é 24 horas, 7 dias por semana, e totalmente dedicada ao animal, distribuída em seis estilos:

- Pet Relax – momento de acalmar o pet;
- Pet Activity – Hora de estimular atividade física;
- Pet food – estímulo de alimentação;



- Pet Nature – contato com a natureza;
- MyPet – meu pet na TV;
- Pet with Pet – contato com outros Pets.

O usuário pode contratar o plano básico por R\$ 14,90 ou o plano plus por R\$ 19,90 e, além do canal, ele tem o benefício do PetPhone (atendimento 24 h com veterinários para tirar dúvidas e dicas sobre o Pet) e PetClub (um clube de descontos em mais de 200 lojas para compras de produtos e serviços). Após assinar o plano, o usuário cadastra um login e senha e acessa a programação de qualquer dispositivo conectado à internet.

5.3. GPS PARA O PET

Chegou ao Brasil uma nova solução para localizar o pet. Utilizando tecnologia via satélite de última geração, o dispositivo receptor de GPS é instalado na coleira e é possível rastreá-lo pelo site ou aplicativo. É possível ainda definir uma área de controle, como uma cerca virtual, que no caso do pet ultrapassar o limite estabelecido, é enviada uma notificação imediatamente para informar ao dono.

O dispositivo pode ser instalado em qualquer coleira, possui um número único que identifica os animais encontrados por qualquer pessoa e armazena a rota e velocidade do pet na memória interna do dispositivo. O aplicativo está disponível na Apple Store e no Google Play.



PARTE VI
PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADES

6. PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADES

O mercado pet brasileiro é bastante significativo e possui grande potencial de expansão. Segundo pesquisa da ABINPET, é o 2º maior do mundo em população de cães, gatos e aves; é o 4º maior do mundo em população total e o 3º maior do mundo em faturamento.



Fonte: ABINPET, 2015



A ABINPET indicou ainda que, em 2015, o setor atingiu cerca de R\$ 18 bilhões em faturamento, um aumento de 7,4% sobre 2014. Esse crescimento se deu pelos 132,4 milhões de animais de estimação. E, apesar da desaceleração no crescimento, a expectativa é que para 2016 o setor cresça cerca de 6,7%, atingindo o patamar de R\$ 19,2 bilhões de faturamento.

Este mercado está distribuído da seguinte forma:



Segundo o Instituto Pet Brasil, o segmento emprega cerca de R\$ 1,657 milhão de profissionais, distribuídos entre criadouros (58%), serviços técnicos (27%) e rede de lojas (13%). O Brasil possui mais de 6.500 criadouros de aves, répteis e outros animais, 640 canis e 358 gatis. Somente os petshops ultrapassam 33 mil lojas e os atacadistas e distribuidores especializados somam quase 7 mil empresas. A cadeia produtiva PET envolve, aproximadamente, 480 mil empresas.

Com este cenário favorável, é estimulante para o empreendedor poder investir em aperfeiçoamento, aquisição de novos equipamentos, ampliar o portfólio de soluções de forma a atender às novas necessidades dos pets e de seus proprietários. Segundo o IBGE (2013), 44% dos domicílios brasileiros têm cães e gatos, que representam 24% da população brasileira. É um setor que vem se tornando cada vez mais representativo, contribuindo para a economia e a sociedade brasileira.

A Pet South America é uma feira plenamente recomendada para todos os empresários e profissionais do ramo Pet. Depois de 15 anos, a PETA já é a maior referência em mercado Pet na América Latina, reunindo expositores, profissionais, palestrantes renomadas, marcas nacionais e internacionais, tudo num único lugar, que potencializa a experiência do visitante.

É um evento que reúne também a cadeia produtiva e decisores de compra do segmento, favorecendo aos empresários a aquisição de produtos e equipamentos a um preço mais competitivo, bem como a ampliação do network, por ser um ambiente propício para geração de negócios.

Os empresários que são médicos veterinários também podem participar do Congresso Paulista das Especialidades, promovido pela Sociedade Paulista de Medicina Veterinária, que sempre traz uma agenda positiva com novos conteúdos e tendências nesta área.

Já para os profissionais de Pet Shop, desde os tosadores, atendentes, adestradores, entre outros, participar das palestras gratuitas é recomendado para ampliar os conhecimentos e pensar em formas de inovação para o seu negócio.

31

**INTELIGÊNCIA
EM FEIRAS**
PET SOUTH AMERICA
2016



www.ba.sebrae.com.br 0800 570 0800



SEBRAE

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia