

NEGÓCIOS

O mundo cão deu um pulo do gato em São Paulo



O Cãotry, da veterinária Ana Claudia Ikeda Fontinhas (foto), é uma das mais de três mil pet shops espalhadas pela cidade, número que quase dobrou em uma década



Por Wladimir Miranda 14 de Fevereiro de 2018 às 08:00

| Repórter vmiranda@dcomercio.com.br

Existe na capital paulista um ramo de negócios que atravessou os anos de crise prosperando: pet shops. Entre 2006 e 2016, o número desses estabelecimentos quase dobrou ao atingir 3072 pontos, de acordo com levantamento da [Cognatis Big Data Geomarketing](#) para o Diário do Comércio.

Estimativas do Instituto Pet Brasil informam que o negócio movimentará nacionalmente, a cada ano, cerca de R\$ 23 bilhões, aí incluídos produtos veterinários, de alimentação e acessórios, serviços e comércio de animais.

A entidade prevê que ainda neste ano o mercado brasileiro voltará a ocupar o segundo maior faturamento do planeta. É atualmente o terceiro.

Em 2006 operavam na cidade 390 clínicas veterinárias. São hoje 681, crescimento de 75%.

"Ao lado de academias e salões de beleza, o aumento expressivo de pet shops e clínicas veterinárias na capital reflete transformações no estilo de vida e cultura da sociedade", afirma Reinaldo Gregori, sócio fundador da Cognatis.

Atrás delas, segundo afirma, há motivações econômicas e até demográficas, como a queda de fecundidade levando à adoção de animais ou serviços que em outros tempos seriam considerados supérfluos.

A população canina, de acordo com recente levantamento da Secretaria Municipal de Saúde, soma 1,8 milhão na capital paulista. Parece espantoso, mas 43% das residências na cidade possuem ao menos um animal de estimação; em 35,3% dos lares predominam os cães.

(A propósito, o Brasil ocupa a quarta posição no ranking dos países com maior número de animais domésticos).

Isso soa como música para os fabricantes de ração, que, no ano passado, despejaram no ano passado 6,2 milhões de toneladas de comida para cães e gatos, 4,2% mais que no ano anterior.

Um mercado volumoso, que desperta briga de cachorro grande entre as multinacionais concorrentes.

Constela-se, em torno das pet shops e clínicas veterinárias, uma miríade de outros negócios e serviços de fornecedores.

Uma plataforma digital batizada de Appet.tosa, acessível por smartphone, organiza a agenda de banhos e tosas, cadastra clientes e gere fluxo de caixa e comissões dos funcionários das pet shops.

Outro aplicativo, o Dog Pet, cadastra donos veterinários, adestradores e veterinários, além de funcionar como marketplace de venda de rações, medicamentos e roupinhas dos bichanos.

A exemplo do que ocorreu, no passado, com supermercados e lojas de material de construção, a explosão das pet shops disseminou em poucos anos um portentoso varejo especializado.

Os paulistas, principalmente paulistanos, são os que mais despendem com animais domésticos. R\$ 1 em cada R\$ 3 gastos no País com pets é desembolsado por paulistas, de acordo com pesquisa conduzida pelo Ibope Inteligência, baseada em dados do IBGE.

O mercado especializado é hoje tão diversificado que motivou a agência de pesquisa Qualibest a conduzir uma pesquisa que mapeia o comportamento e hábitos de consumo dos donos de cães. O levantamento sinaliza aumento pela demanda de rações sem conservantes.

Quem preferir alimentar os mascotes com receitas naturais pode se servir do programa da chef Fernanda Lima, da Cozinha 4 Patas, disponível online.

Uma padaria com bolos, cervejas, gelatinas, biscoitos, sorvetes, sucos e patês não parece fora do comum. Mas os produtos encontrados no número 502 da Oscar Freire, rua de grifes reputadas, não são feitos para consumo humano, e sim para cães e gatos.


Um levantamento, do SPC Brasil, revelou que o principal gasto dos donos com os animais é com a alimentação. As rações foram citadas por 88% dos entrevistados e os petiscos, por 52%.

Mais da metade (52%) afirmam só comprar itens de alimentação de linha premium. Entre os gastos, os donos de bichos também citaram xampus e condicionadores (57%), medicamentos e vitaminas (50%) e brinquedos (44%).

EXPLOÇÃO DE PETS

Regiões que mais concentram pet shops na cidade de São Paulo

Distrito	Número de Pet Shops*	*dados de 2016
VILA MARIANA	72	
SANTANA	65	
JABAQUARA	63	
ITAIM BIBI	61	
TATUAPÉ	61	
MORUMBI	59	
SAÚDE	59	
CAMPO BELO	58	
PENHA	55	
IPIRANGA	54	



Fonte:
Cognatis
Big Data
Geomarketing

De acordo com a Cognatis, bairros como Vila Mariana, Santana, Jabaquara, Itaim Bibi, Tatuapé, Morumbi, Jardim da Saúde, Campo Belo, Penha e Ipiranga são os que concentram o maior número de estabelecimentos comerciais ligados ao segmento de pet shop.

CLIMA DE VILA

Não é necessário caminhar muito tempo pelas ruas arborizadas do bairro do Campo Belo, na Zona Sul da cidade, com suas enormes casas com quintal, para constatar a existência por lá de dezenas de pet shops, clínicas veterinárias e, mais importante, moradores que, percebe-se logo, adoram bichos.

Ali residem em torno de 70 mil pessoas, segundo levantamento da Fundação Seade, o que dá ao Campo Belo a densidade de sete pessoas por km².

Só para servir de exemplo, Perdizes, tem 16 habitantes por km².

O trânsito, com exceção dos horários de pico, é tranquilo. O bairro consegue manter intacto o clima de vila. 68% dos habitantes moram em casas com quintal, ainda segundo o Seade.

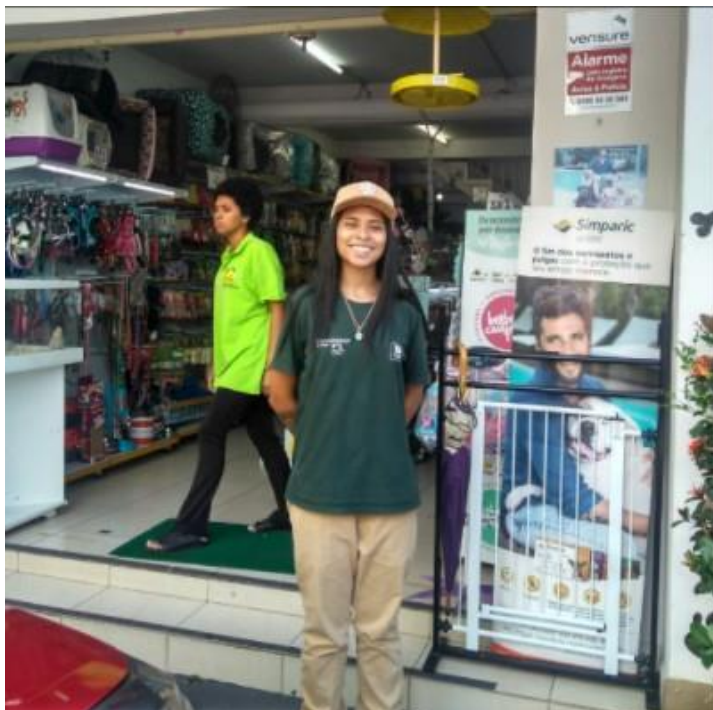
Estão ali estabelecidas 58 pet shops e clínicas veterinárias. Os proprietários dos estabelecimentos afirmam que, em média, 50 animais passam diariamente por eles.

Pelas ruas, conduzidas pelos donos ou por passeadores profissionais, as raças vistas com frequência são o labrador e golden retriever (normalmente grandes) e as de menor porte, como shiatsu, poodle, Ihasa, Schinauzer e maltês.

Para os peludos, estão sempre à disposição serviços de creche, com “dog-walker”, com mensalidades de R\$ 400,00 mensais. Os passeios ocorrem até duas vezes por dia.

Igor Calderaro, sócio da Alelu Pet Shop, localizada há 16 anos no número 1157 da rua João Álvares Soares, informa que o estabelecimento chega a faturar R\$ 15 mil a cada mês.

NEGÓCIO FAMILIAR



JULIANA, DA TERCEIRA GERAÇÃO DA FAMÍLIA RODRIGUES NA SAFARISHOP

A família Rodrigues é dona do Hotel e Creche SafariShop. No 1134 da Rua Otávio Tarquínio de Souza há dez anos, a casa avisa logo na entrada que tem monitores especializados, piscinas para cães, playground, banho e tosa, táxi dog, veterinária (com hora marcada) e que também cuida de gatos em domicílio.

Florinda Rodrigues é quem está à frente do negócio, herdado da avó. Ela diz que atende, em média, 30 clientes com seus animais por dia. Na SafariShop, quem ama o seu animal de estimação encontra produtos com preços variados. "Temos de sachês, ao preço de R\$ 2,90, até piscinas, no valor de R\$ 499,00", diz.

A próxima geração dos Rodrigues já está sendo preparada para assumir os negócios. Juliana, filha de Florinda, ajuda a mãe no atendimento na loja. "Amo trabalhar aqui graças aos peludos", afirma ela.

O Campo Belo é um bairro de classe média alta, com habitantes com bom poder de compra. Mas engana-se quem acha que o cliente entra lá e compra, sem pechinchar.

"Já foi este tempo. Hoje o cliente entra aqui e só leva o produto depois de "chorar" muito. A crise chegou para todo mundo", diz Florinda.

HOTEL E BUTIQUE



BETO, SÓCIO DO CÃOTRY CLUB: FATURAMENTO DE R\$ 100 MIL MENSAIS

Logo na entrada, um segurança particular indica para os clientes o local do estacionamento próprio. Na fachada do sobrado, com visual muito bem cuidado, batizado com um trocadilho imponente: The Cãotry Club.

Quinze degraus acima, surge Carlos Alberto Marcondes dos Santos Filho, 42 anos, formado em administração de empresas, e empreendedor “por vocação” como ele mesmo se define.

O pet shop, que também é escola, spa, creche, hotel, piscina, butique, fica na Rua Sena Madureira, Vila Clementino, na Zona Sul de São Paulo, bairro nobre, de classe média alta, próximo ao Parque do Ibirapuera, Vila Mariana, Moema, Vila Mariana, Saúde e Mirandópolis.

Beto, como gosta de ser chamado, divide a sociedade com a médica veterinária Ana Claudia Ikeda Fontinhas, opera há 24 anos, sempre no mesmo lugar.

“Somos pioneiros em hotelaria em São Paulo. Montamos o primeiro resort, com piscina e uma ótima estrutura”, afirma.

Ele garante que não precisou de muito tempo para descobrir o que queria. Antes de entrar para a faculdade de administração de empresas, cursou educação física. Chegou a dar aulas em academias.

“Mas aos 22 anos, vi que “eu tinha uma pegada empreendedora, detestava trabalhar para os outros”, relembra.

E, pelos argumentos, mostra que escolheu o caminho certo. A crise passou longe do negócio.

“Esse mercado não enfrentou crise. Mesmo no olho do furacão, quando a crise econômica foi mais forte, o nosso negócio teve crescimento. O pet shop veio para ficar”, afirma.

O faturamento mensal do Cãotry Club, é o próprio Beto quem diz, gira em torno de R\$ 100 mil mensais. O gasto médio aqui, dependendo o serviço escolhido, pode ser acima do padrão.

“É assim porque fazemos hidratação, cauterização, enfim, a higienização do animal de forma geral. Na média, o cliente gasta aqui em torno de R\$ 70,00, além de uma tosa que custa de R\$ 350,00 a R\$ 400,00, executada com equipamentos de última geração”, diz ele.

Ali trabalham 18 funcionários. A Cãotry Club é também uma escola profissionalizante. “Temos professores para preparar para o atendimento, tanto como funcionário, como para abrir seu próprio negócio”.

São três módulos de cursos, cada um ao custo de R\$ 1,8 mil. A Cãotry Club forma 20 alunos por mês. São aulas práticas. Cada aluno tem um animal à disposição para o aprendizado.

FOTOS: *Divulgação e Wladimir Miranda/Diário do Comércio*