



Expansão da classe média conduz a um "boom" de produtos PET na América Latina

Liderado pelo vibrante mercado brasileiro, as vendas de alimentos e de produtos Pet Care estão surgindo na América Latina na esteira de uma emergente e forte classe-média

CRESCIMENTO DAS VENDAS EM PERCENTUAIS DE DOIS DÍGITOS

A América Latina, indubitavelmente, tem sido a protagonista no mercado global de produtos para o cuidado animal nos últimos anos. No período em análise, de 2005 a 2010, o valor das vendas de alimentos e produtos Pet Care cresceu de US\$ 4,8 bilhões para US\$ 8,3 bilhões, conforme dados da Euromonitor International. Isto representa uma taxa de crescimento anual de 11,9%. Como consequência a participação no mercado global contabilizada para a América Latina cresceu de 7,6% em 2005 para 10,2% em 2010. O Brasil é de longe o maior mercado na região, com um volume de vendas de US\$ 5,2 bilhões em 2010, seguido do México com US\$ 1 bilhão e da Argentina com US\$ 645 milhões.

EXPANSÃO DA RENDA FAMILIAR

O crescimento da renda familiar tem sido o condutor do aumento do valor das vendas. De acordo com os dados da Euromonitor International, a proporção de famílias brasileiras com uma renda anual de no mínimo US\$ 25,000 na avaliação do poder de compra, saltou de 21,7% para 30,1% durante o período analisado, enquanto que na Argentina a expansão foi de 33,5% para 44,8%. Chile, Venezuela e Peru também apresentaram aumento neste tópico. Estes crescimentos são indicativos do surgimento desta vibrante classe média, algo que era previamente notado como ausente na América Latina.

Contudo, o crescimento da renda em alguns países da região, mais notadamente no México e Colômbia, foi muito menos expressivo e isto ocorreu grandemente

devido ao alto grau de dependência da estagnada economia dos USA, da epidemia de vírus H1N1 (gripe suína) e da instabilidade trazida pela violência associada às drogas.

Consumidores de maior poder aquisitivo na América Latina tem demandado intensa busca a produtos Pet e tem aumentado seus gastos nos cuidados com a saúde de seus animais. De acordo com o Dr. Valter Yoshio Hato, sócio de uma clínica veterinária em São Paulo, "Pessoas que escolheram não ter filhos, frequentemente tem um pequeno animal para preencher o vazio por não ter uma criança, e por ser "como" uma criança, as pessoas não poupam despesas e então gastam". Ele acrescenta que "Cerca de 80% dos animais que nos recebemos aqui na clínica são cães. Outros 15% (mais ou menos) são gatos. Os restantes são animais diversos, como macacos. Nós ainda outro dia tivemos aqui uma iguana".

As operações simples custam desde US\$ 30 e vão até US\$ 1.700 nos casos mais complexos, como procedimentos em coluna e remoção de cataratas nos olhos. De um modo geral as vendas nos cuidados com a saúde dos Pets na América Latina, excluindo aqui a prescrição de medicamentos, aumentou de US\$ 69,4 milhões para US\$ 119,1 milhões no período analisado, um aumento de 71,6% segundo os dados da Euromonitor International.

Recentemente, em São Paulo, foi realizado o Congresso sobre Produtos para Pets, ilustrando a crescente demanda na região de outros produtos para Pets, como as roupas. O valor das vendas nesta

categoria de produtos cresceu cerca de 36% no período analisado, para US\$ 334 milhões.

INFLAÇÃO E ALTA DEPENDÊNCIA DA EXPORTAÇÃO DE "COMMODITIES" REPRESENTAM AMEAÇA

A Euromonitor International divulgou que o valor das vendas de produtos para Pet Care alcançou uma taxa de crescimento de 5,5% sobre o período 2005-2010, para US\$ 10,9 bilhões, aos preços de 2010. Isso representa uma significativa redução no ritmo de expansão e é indicativo de um gradual amadurecimento do mercado da região.

Esta previsão também leva em conta um número de fatores de risco ao crescimento, particularmente das economias da região que tem alta dependência das exportações de "commodities", em que os preços tendem a ser bastante cíclicos, e o risco apresentado pela inflação. Por exemplo, os preços na Argentina foram inflacionados de 6,3% a 10,4% entre 2009 e 2010, mas alguns economistas independentes acreditam que os preços aos consumidores aumentaram até 30% durante o ano. Enquanto o mercado de alimentos para pets tem demonstrado sua capacidade de lidar com as pressões inflacionárias, como em 2008, um novo enfrentamento afetaria o crescimento da renda e inevitavelmente colocaria por terra a estelar performance do recente crescimento.

Para melhores esclarecimentos, favor contatar Emily Woon, titular de pesquisas de cuidados com os pets da Euromonitor International on emily.woon@euromonitor.com.