Mercado de produtos para gato cresce mais que o de cães
Lilian Cunha

Lisa Polloni e Rodolfo Miceli, dois executivos de São Paulo, estavam até pensando em mudar para um apartamento maior, a fim de conseguir mais espaço para ter um cachorro. "Foi aí que veio a ideia de criar um gato", lembra Rodolfo. A esposa Lisa gostou da sugestão e, assim, há quatro anos, Tampinha e Tom entraram para a família. "Eles são muito carinhosos e dão pouco trabalho", diz Rodolfo. O apego aos bichos é tanto que Lisa, quando viajava ao exterior, voltava sempre com a mala cheia de mimos para os gatos. "Mas hoje não preciso mais fazer isso. Encontro vários produtos, tudo de primeira, aqui mesmo no Brasil", diz ela.

Não é por acaso. Pela primeira vez, o mercado brasileiro de produtos para felinos cresceu mais que o de cães. Segundo dados da Associação Nacional dos Fabricantes de Alimentos para Animais de Estimação (Anfalpet), as vendas de ração para gatos cresceram 11% no ano passado, chegando a 136 mil toneladas. O faturamento com alimentos para cães, por sua vez, teve retração de 1,5%. "Essa é uma tendência que veio para ficar e que se confirma também para outros produtos", diz José Rapacci, diretor de "PetCare" da Mars Brasil, fabricante das rações Whiskas, líder de mercado com 33,5% das vendas.

Mas, ao contrário do que se poderia imaginar, não foi o aumento da população de gatos a causa dessa expansão. Embora, nos últimos três anos, o número de criadores comerciais de gatos de raça tenha crescido 50% chegando a 80 gatis só em São Paulo, segundo a Federação Brasileira do Gato, o Brasil continua com cerca de 10 milhões de gatos. "Esse número tem se mantido estável", diz Luiz Luccas, diretor da operação de animais de companhia da Merial, fabricante francesa de vacinas veterinárias.

Na verdade, foi uma mudança no comportamento e no perfil dos donos de gatos que motivou o crescimento do mercado. "Antigamente, ter gato era uma coisa de gente que vivia em casas térreas, no interior", explica Luccas. O bicho vivia solto e era alimentado com restos de comida. Hoje, há mais pessoas nas grandes cidades que querem ter um mascote como companhia. Muitas escolhem o gato, um bicho prático de cuidar e que fica sozinho sem problemas enquanto o dono trabalha.

Além disso, diferentemente do gato doméstico de anos atrás, o bichano de agora vive dentro de casa. Isso, consequentemente, exigiu do dono mais cuidados com o animal. Daí a necessidade de mais produtos para os bichanos. "Pouca gente, por exemplo, vacinava gatos para outras doenças que não a raiva. Hoje esse número é bem maior", diz o executivo da Merial, que no ano passado vendeu 5% mais vacinas para felinos.

O atraso que caracterizava o setor também explica a deslanchada de agora. "Enquanto, nos últimos dez anos, o mercado de produtos para cães evoluiu de uma defasagem de duas décadas para quase se igualar ao nível internacional, o segmento de gatos ficou parado", diz Odir Ferreira Filho, diretor comercial da Petmais, fabricante de acessórios para cães e gatos, que em 2008 duplicou seu mix de produtos para felinos.

A areia para gatos exemplifica a evolução desse mercado. Há dois anos, estima-se que 90% das vendas concentravam-se no produto à base de argila, sem poder de absorção de odores. Hoje, esse produto vem perdendo mercado para o granulado sanitário, feito de minerais que retêm o mau cheiro. A nova versão já tem 50% das vendas. "A tendência da argila é desaparecer das prateleiras em três ou quatro anos", diz Ferreira.

O granulado custa R$ 8 o pacote de dois quilos, quase o triplo da argila, que sai por R$ 3. Mesmo assim, o consumidor tem preferido o produto mais caro, que tem mais qualidade e dura até três semanas mais que a versão simples.

"Na verdade, existe uma disposição do dono de gatos para comprar mais produtos para seus animais em comparação com o proprietário de cachorro", diz Ferreira, lembrando que ele não tem de gastar com serviços como banho e tosa. O preço da ração mostra isso. Nos últimos 12 meses, o valor médio do quilo da ração para cachorro foi de R$ 3,72 enquanto o alimento para

Publicação restrita a artigo é exclusiva para fins educacionais

gatos ficou em R$ 7,40, de acordo com dados Nielsen. "A ração para gatos precisa ser mais elaborada porque o animal tem um paladar mais exigente que o dos cães", diz o diretor da Mars.

O paladar "requintado" dos bichanos, aliás, é outra vantagem do segmento. Em uma situação de crise, como a deflagrada no fim do ano passado, é fácil trocar a ração do cão por restos de comida. Foi por isso que o mercado de alimentos para cães caiu de 1,67 milhão de toneladas em 2007 para 1,64 milhão em 2008. Já o gato acostumado com ração, dificilmente deixa o alimento industrializado.

Outra diferença entre os dois segmentos é que normalmente o dono de gato tem mais de um felino. "Geralmente, há 2,5 gatos por dono", diz o diretor da Merial. "E também há percepção que o nível de desistência entre os donos de gatos é bem menor, já que dão menos trabalho", completa Luccas.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 7 maio. 2009, Empresas & Tecnologia, p. B4.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais