



Palestras da Pet South America mostram que profissionalização e diferenciação são caminhos para o setor enfrentar a crise

Apresentações acontecem na Arena do Conhecimento, espaço com conteúdos sobre empreendedorismo, valorização e atualização profissional.

Em períodos de desafio econômico, feiras de negócio têm valor crescente por trazerem oportunidade de desenvolvimento do mercado e trocas de melhores práticas entre profissionais. Por isso, a 15ª Pet South America, a principal feira para o setor pet e veterinário da América Latina, que acontece de 30 de agosto a 1º de setembro, no Expo Center Norte, em São Paulo, terá o Circuito de Valorização Profissional, uma grade completa de conteúdo técnico-científico e de gestão de negócios baseada no tripé Desenvolvimento, Valorização e Reconhecimento Profissional. Uma das atividades é a **Arena do Conhecimento**, um espaço de apresentações gratuitas de palestras voltadas ao empreendedorismo, tendências de mercado, regularização setorial, valorização, atualização profissional, comportamento e bem-estar animal.

Os efeitos da atual crise econômica sobre o setor pet e os caminhos da gestão financeira para os empreendedores e empresários serão abordados nas palestras **“Como Aumentar O Preço Sem Espantar Clientes”** e **“Como Manter o Lucro de Sua Clínica em Tempos de Crise”**. A primeira será ministrada pelo médico-veterinário Renato Brescia Miracca, consultor-parceiro da COMAC (Comissão de Animais de Companhia) do SINDAN, diretor da empresa de softwares para medicina humana e veterinária Q Soft Brasil e membro da Comissão Técnica de Clínicos de Pequenos Animais do Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado de São Paulo (CRMV-SP), no dia 30 de agosto, das 17h30 às 18h00. A segunda fica a cargo de José Carlos Carvalho de Souza Filho, consultor de finanças do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (Sebrae/SP), no dia 31 de agosto, das 18h40 às 19h30.

Os consultores do Sebrae/SP estão indo à Arena do Conhecimento como convidados do CRMV-SP, pela parceria que há entre as duas instituições. O CRMV-SP foi a primeira entidade de classe a estabelecer uma parceria com o Sebrae/SP para o desenvolvimento dos profissionais.

“O setor pet perdeu um pouco do seu fôlego em 2015 por conta da crise. Dados recentes da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet) indicam que, apesar de ainda manter um desempenho acima da economia como um todo, o faturamento do mercado cresceu menos em relação a anos anteriores”, afirma Miracca. Para ele, a



desaceleração acontece em parte pela nova realidade econômica, mas também por certo pânico do empresariado.

Souza Filho também acredita que a crise tem atingido o setor pet e todos os outros. “As pessoas retraem o consumo de maneira geral. Desse modo, é importante revisar os custos dentro das empresas, mas com uma boa ideia de quais gastos podem ser cortados”, diz. Ele explica que a mão de obra é muito importante para o prestador de serviços da área, então é fundamental analisar com muito cuidado as economias com a contratação de funcionários menos capacitados.

Profissionalização é fundamental

Miracca explica que a avaliação de dados de alguns de seus clientes revelou certa migração para marcas mais baratas dentro da mesma categoria e a diminuição da frequência de aquisição de serviços estéticos e médicos-veterinários. Segundo ele, clínicas e hospitais com serviços diferenciados estão tendo um crescimento maior em comparação à média do mercado. Logo, o consumidor paga mais por serviços que considera diferenciados, como exames, consultas ou tratamentos de especialidades, em detrimento dos comuns, a exemplo de consultas e vacinas.

“O médico-veterinário começa a ter noção da sua importância perante a sociedade, mas sua autoestima ainda é muito baixa”, afirma Miracca. Ele cita a pesquisa “Árvore de Valor” da COMAC, de 2015, que indicou o custo entre os fatores mais apontados pelo consumidor para trocar de clínica veterinária. Por motivos como esse, o empresário tem receio de aumentar seus preços. Miracca diz, no entanto, que há várias formas de fazer isso com segurança, como segmentar os aumentos e correções ao longo do ano, realizando o ajuste de um setor por vez.

Para que o empreendedor pet não seja tão duramente atingido pela crise econômica, afirma o médico-veterinário, a profissionalização é fundamental. Ele lembra que o setor ainda tem um grande potencial de crescimento, em razão da posição do pet como membro da família e dos baixos resultados de indicadores relacionados com a medicalização e disseminação de cuidados preventivos. “No intuito de aproveitar essa oportunidade e cumprir adequadamente a missão de oferecer saúde aos animais de estimação, o empresário do setor precisa investir na comunicação com o cliente, desde a apresentação de sua empresa e serviço. Além disso, ele deve gerenciar dados cadastrais para que possa oferecer produtos e serviços personalizados às necessidades de cada animal ou proprietário”, diz.

Para Miracca, há o problema de falta de tempo e de vontade do pequeno e médio empresário pet em adquirir os conhecimentos de profissionalização. Ele



explica que é um hábito comum desse empreendedor fazer cursos superficiais e incompletos para capacitar um gestor de uma clínica ou pet shop. “Uma boa alternativa são os cursos do Sebrae ou os vários modelos de MBA existentes no mercado”, diz.

“Os cursos de gestão são fundamentais para o empreendedor compreender o funcionamento de sua empresa”, afirma Souza Filho. “Capacitado, esse empresário poderá utilizar melhor relatórios, entender as contas e o funcionamento do fluxo de caixa. O Sebrae oferece um curso bem completo nessa área, intitulado ‘Na Medida – Gestão Financeira’, com duração de cinco dias que, além do fluxo de caixa, aborda temas como o planejamento financeiro, determinação do preço de venda e demonstrativo e análise de resultados”, explica.

Em sua palestra, Souza Filho vai destacar pontos como a gestão dos gastos e do caixa. Um dos principais problemas do empreendedor, seja do segmento pet ou de outros, é a falta da correta identificação das despesas e receitas. “É muito comum entre os pequenos e médios empresários a falta de distinção do dinheiro que pertence à empresa e de seu próprio dinheiro, ou seja, há a mistura da pessoa física com a jurídica”, afirma.

Além de profissionalização, o empreendedor pet deve lidar com a crise tornando seus serviços únicos. “A diferenciação é a saída para enfrentar a concorrência das grandes cadeias”, comenta Miracca. O motivo, diz, são os vários tipos de serviços que os grandes players do mercado não podem e não desejam fazer, como tosa e banho, por exemplo, cuja terceirização adquire características muito impessoais. “Sempre haverá muitos clientes buscando um atendimento personalizado e dispostos a pagar por isso”, diz. Ele lembra ainda que nas grandes cidades, a conveniência é um fator a ser lembrado e explorado. “Não existe nada mais prático do que levar seu animal para o médico-veterinário prestador de serviços de estética no próprio bairro”, conclui.

15ª edição da Pet South America

Data: de 30 de agosto a 1º de setembro de 2016

Horário: 13h às 21h

Local: Expo Center Norte - Rua José Bernardo Pinto, 333 - Vila Guilherme, São Paulo – Pavilhão Verde.

www.petsa.com.br

Sobre o CRMV-SP

O CRMV-SP tem como missão promover a Medicina Veterinária e a Zootecnia, por meio da orientação, normatização e fiscalização do exercício profissional em prol da saúde pública, animal e ambiental, zelando pela ética. Ele é o órgão de fiscalização do exercício profissional dos médicos-veterinários e zootecnistas do Estado de São Paulo, mais de 32 mil profissionais ativos. Além



disso, assessora os governos da União, Estados e Municípios nos assuntos relacionados com as profissões por ele representadas.

Sobre a NürnbergMesse Brasil

Responsável por promover os mais importantes encontros de fornecedores, distribuidores e revendedores do país em suas feiras de negócios, a NürnbergMesse Brasil é uma subsidiária do Grupo NürnbergMesse e uma das maiores empresas internacionais organizadoras de eventos e exposições no Brasil. A companhia movimenta diversos segmentos da economia nacional, com alto nível de profissionalismo e competência. Os principais eventos são Analítica Latin America, BIOFACH América Latina, FCE Cosmetique, FCE Pharma, Glass South America, it-sa Brasil, POWTECH Brasil, PET South America e R+T South America.

Sobre o grupo NürnbergMesse

O grupo NürnbergMesse é uma das 15 maiores empresas organizadoras de feiras do mundo e faz parte das dez maiores empresas da Europa. O portfólio inclui mais de 120 feiras e congressos internacionais em Nuremberg (Alemanha) e em todo o mundo. Anualmente, cerca de 30 mil expositores (39% internacionais) e mais de 1,4 milhão de visitantes (22% internacionais) participam dos eventos organizados pelo Grupo NürnbergMesse, que está presente por meio de suas subsidiárias na China, América do Norte, Brasil, Itália e agora Índia. O grupo NürnbergMesse possui uma rede com cerca de 50 representantes que operam em 100 países.

Informações para a imprensa

2PRÓ Comunicação

Myrian Vallone – myrian.vallone@2pro.com.br

Carolina Mendes – carolina.mendes@2pro.com.br

Marina Maciel – marina.maciel@2pro.com.br

+55 (11) 3030-9436 / 9460