

Caros Colegas,

Nos primeiros dias de novembro, a convite do laboratório Boehringer-Ingelheim e da Associação Brasileira dos Hospitais Veterinários (ABVH), fui convidado para dar uma palestra (online) no Pré-Congresso Pet Vet 2020 sobre tendências pós-COVID e o impacto nos nossos negócios. Contudo poucas semanas depois, um cauteloso otimismo sobre 2021 foi substituído por crescente apreensão devido ao forte ressurgimento de casos (e infelizmente de óbitos) ao redor do mundo. No



momento que escrevo essa matéria, não só vários países experimentam uma segunda onda, inclusive o Brasil, mas alguns até já estão numa terceira onda, como no caso do Japão e do Irã. Infelizmente ninguém pode afirmar quando e como essa epidemia terminará. Mesmo a vacinação em massa, algo jamais experimentado em caráter global, apesar de promissora, nesse momento ainda é apenas uma possibilidade. Porém, aos poucos estamos aprendendo a conviver com a epidemia e diminuir seus efeitos adversos, não só no tratamento dos pacientes como na própria economia. Já estamos vivendo no mundo pós-COVID, mesmo com a epidemia ainda em curso. As tendências e lições que vou comentar a seguir já estão ocorrendo e tendem a acelerar no futuro próximo. Preparem-se.

Caros Colegas, Se quiserem sugerir um tema ou entrevistado para minhas próximas colunas, por favor escreva para: luiz.luccas@ahld.com.br

Tendências Pós-COVID e seu impacto no segmento Pets

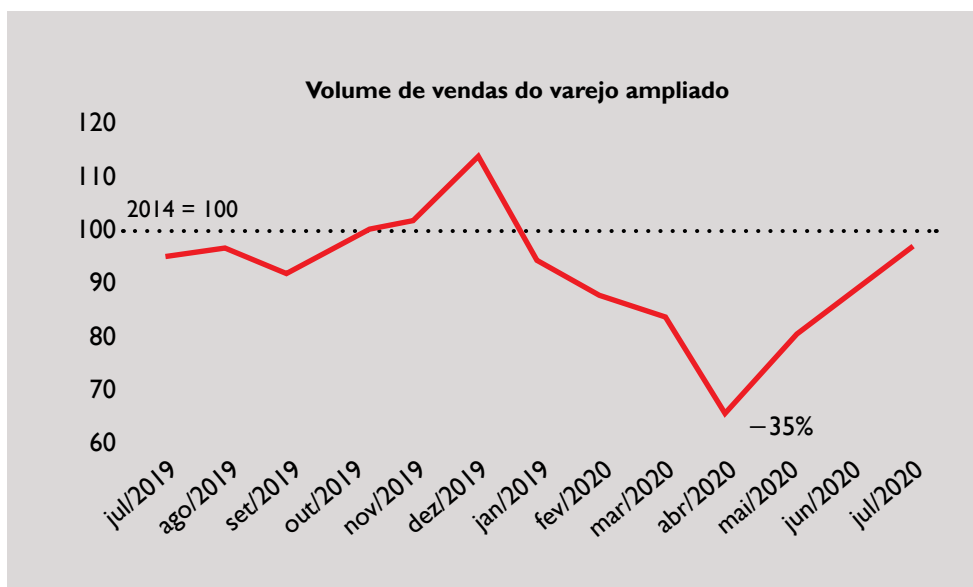
Se estimássemos que para cada um dos 60 milhões de casos já confirmados de COVID no mundo houvesse 50 milhões de partículas virais, teríamos hoje menos que 200 mg de vírus COVID-19 espalhadas no planeta. Esse número nos dá a magnitude do impacto de um vírus (que é apenas informação) em uma dada espécie. Toda a vida é frágil, cercada por ameaças conhecidas e desconhecidas. Nós como profissionais da área médica temos consciência disso, mas lidamos muitas vezes com pessoas que não as possuem. Por isso é nosso dever alertá-las, não só pela saúde dos seus animais, mas delas próprias.

Contudo, devemos ter sempre em conta que à parte do impacto do vírus na saúde de cada pessoa infectada, todas as demais consequências, tanto na saúde física e mental de milhões ou bilhões de pessoas, no seu convívio social, nos costumes, na educação, na política e na economia são puramente consequências de decisões humanas, não relacionadas somente a uma resposta à pandemia, mas catalisadas por ela e aglutinadas em tendências socioeconômicas que estavam em andamento até bem antes dela.

Alguns chamam essas tendências de NOVO NORMAL, mas como vimos em muitos países, o VELHO NORMAL, deu as caras assim que sentimos um pouco mais de segurança, ou mesmo nos cansamos das fortes medidas restritivas. O mundo não será como antes, mas também não será tão radicalmente diferente como muitos anteveem ou mesmo defendem.

O Impacto da pandemia nas vendas do setor Pets

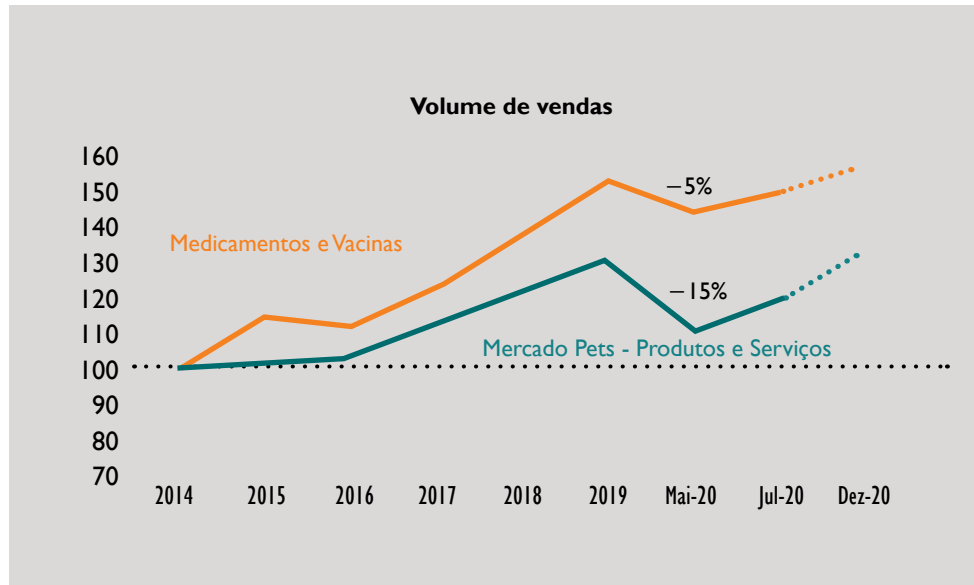
Em primeiro lugar, o que aconteceu com a economia brasileira este ano?



O gráfico acima mostra o volume de vendas do varejo ampliando, índice do IBGE que inclui veículos, combustíveis e construção civil. No acumulado de 2019 as volume de vendas total do comércio ainda estava abaixo de 2014, em virtude da forte recessão de 2015/16 motivada por erros sucessivos na política econômica. Ao contrário dos EUA, por exemplo, nossa economia entrou já fragilizada na pandemia, que não teve resultados ainda piores devido à forte ajuda financeira direta a população. O pior mês da pandemia em termos de negócios foi abril e desde lá temos crescido constantemente. Em virtude dessa catástrofe, contudo, 2020 ficará ainda mais abaixo à 2014. Demos alguns passos para trás.

Essa queda nas vendas, nem de perto foi ou será minimizada pelo forte crescimento das vendas online, que viam crescendo 15% ao ano até 2019 e dispararam em 2020 Segundo a Associação Brasileira de e-commerce, ABCOMM, as vendas online devem crescer 60% esse ano. Já foram criadas mais de 150 mil novas lojas online esse ano, volume 10 vezes superior aos anos anteriores.

Porém, ao contrário dos demais setores econômicos, o segmento Pets entrou na pandemia já com alguma reserva, pois vinha crescendo fortemente nos últimos anos, mesmo durante a crise econômica de 2015/16.



Pesquisas no segmento Pets apontam para quedas significativas principalmente nos serviços (clínicas veterinárias e banho e tosa), na casa dos 70% entre abril e maio. Já as vendas dos pet shops tiveram uma queda menor, pois a maioria se manteve aberta. Considerando produtos e serviços, estima-se que o setor teve queda de 15% entre abril e maio, vem se recuperando desde então, e deve terminar o ano com pequena queda em relação a 2019. Os lojistas também afirmam que o setor de medicamentos teve queda menor que os demais, um forte indicador que os tutores estão cuidando cada vez melhor de seus pets.

Como todos os demais setores, as vendas online de produtos Pet mais que dobraram no período e as grandes redes consolidam sua liderança no setor, crescendo bem acima da média.

Aumento da adoção de compra de filhotes

Várias notícias vindas dos EUA, Canadá e da Europa mostram um aumento significativo das adoções de pets durante a pandemia. Parece ter sido um fenômeno global que atingiu principalmente os públicos mais jovem (Geração Y) muito em função do isolamento que experimentam.

No Brasil vários abrigos também reportaram um forte aumento no número de adoções, especialmente em grandes centros urbanos entre as classes A e B, sendo mais de gatos que de cães. Criadores tantos nos EUA como no Brasil também reportaram forte aumento de procura. Alguns deles estão com lista de espera até 2021, inclusive no Brasil.



Essa tendência terá um impacto positivo e duradouro, já que famílias que adotam pets dificilmente deixam de fazê-lo no futuro, o que sem dúvida aumentará a penetração de pets nos lares brasileiros, atualmente em torno de 48%, de forma irreversível.

O que esperar a curto prazo

Ainda estamos imersos numa grave crise econômica e suas consequências a curto e médio prazos não são das melhores. No curto prazo devemos estar preparados para um forte aumento dos custos dos insumos e produtos do nosso segmento. O real impacto da desvalorização cambial de quase 40% esse ano, ainda não foi plenamente sentido no setor, nem pelo mercado em geral, em função da queda do consumo. Uma onda de remarcações e até de falta de produtos e matérias primas já acontece o nosso setor, como em tantos outros da economia. O aumento de custos tende a acelerar principalmente no início de 2021, quando muitas empresas e laboratórios reajustam seus preços. As remarcações de preços, se ocorrerem por toda a economia, provocarão baixa no consumo gerando uma nova recessão. A maioria dos analistas econômicos ainda, felizmente ainda não vêem essa possibilidade, mas é prudente se preparar, comprando antecipadamente itens que podem ser remarcados.

Olhando para o futuro

A seguir separei algumas tendências que conforme havia comentado anteriormente, não surgiram com a pandemia em si, mas foram aceleradas por ela e que, portanto, terão muito mais chance de se consolidar:

- **Tele trabalho (Home Office):** Sem dúvida, a tendência mais comentada durante a pandemia não nasceu com ela, mas foi incentivada devido às restrições de mobilidade. Porém, aqueles que imaginam que o tele trabalho substituirá integralmente os escritórios, estão enganados. Milhares de empresas ao redor do mundo estão reconsiderando a volta de seus colaboradores, por pelo menos 2 a 3 vezes por semana, devido aos resultados ruins: a evolução de projetos demora muito mais tempo, o treinamento e integração de novos profissionais se tornou quase impossível e a criatividade gerada pela livre interação das pessoas, deixou de existir. Some-se a isso o fato de que muitos colaboradores possuem equipamentos e ambientes para tele trabalho longe do ideal. A gradual volta destes profissionais aos escritórios incentivará serviços como passeadores para seus pets, day-care e até a telemedicina veterinária. Pets também poderão sofrer de problemas comportamentais devido ao stress de separação o que pode impulsionar a contratação de especialistas em comportamento animal.
- **Jornadas Omnichannel:** Para quem possui pet shop, esse é um tema fundamental. O e-commerce passa ser o meio de compras principal. As lojas físicas serão cada vez mais destinadas a experiências de consumo, pontos de coleta de mercadorias adquiridas online e

até depósitos. É fundamental que lojistas pet possuam seu canal de e-commerce, mas serviços como assinaturas, programas de fidelidade, serviços de delivery e entrega na própria loja (click and collect) são igualmente importantes.

- **Concorrência multicanal:** o universo concorrencial se tornará cada vez mais difuso. Novos canais como mídias sociais e novos varejistas (supermercados e grandes redes online) serão seus próximos concorrentes. O sucesso do profissional dono de loja, será diferenciar-se por serviços e não somente produtos. Especialização em nichos também ajuda.
- **Parcerias entre marcas e empresas:** Buscando oferecer vantagens comparativas marcas e empresas de segmentos até distintos oferecerão benefícios cruzados. Procure participar ou mesmo protagonizar essas parcerias envolvendo sua clínica ou seu pet shop.
- **Apoio ao comércio local:** Tendência que nasce na Europa e nos EUA, como (re)ações afirmativas da comunidade que visam proteger o varejo de bairro da concorrência predatória das grandes redes e varejo online. Essa tendência (compre local) chegará logo ao Brasil. Seja você é um clínico e/ou dono de pet shop, procure conectar-se e influenciar outros varejistas locais, oferecendo benefícios cruzados entre seus clientes.
- **Compra consciente:** Os processos de compra se tornarão cada vez mais complexos envolvendo não só as marcas como seu propósito e até seus valores. Questões relacionadas à origem e necessidade de ingredientes e componentes de cada produto se tornarão mais corriqueiras. Menos plásticos, menos supérfluos. Sustentabilidade na prática. Escolha muito bem que produtos que recomenda ou vende, pois eles terão forte impacto na sua identidade perante o público alvo. Contrate e treine adequadamente seus colaboradores para que possam fazer frente às dúvidas de seus clientes e exija dos seus fornecedores o máximo de informação a respeito de seus produtos.
- **Faça você mesmo (DIY):** Seguindo a tendência minimalista de consumo consciente e menos desperdício, as pessoas preferirão fazer (ou mesmo consertar) coisas ao invés de comprá-las. Essa é uma tendência muito forte em alimentação no Brasil e sem dúvida, já influencia no aumento do uso de comida caseira para pets. Devemos estar preparados para isso e auxiliá-los para que tomem a decisão mais adequada para a saúde dos seus pets. Sem preconceitos.
- **Maior equilíbrio entre trabalho e lazer (downshifting).** Algo cada vez mais buscado pelas gerações Y e Z, que estão subordinando uma evolução de suas carreiras profissionais (algo cada vez mais intangível) por mais lazer e tempo livre. Essa tendência tem incentivado recentemente a que pessoas se mudem de grandes metrópoles para cidades menores próximas. Buscam uma vida mais tranquila e mais espaço. Isso sem dúvida, ajudará na relação

com seus pets e pode trazer oportunidades para profissionais e empresas pet localizadas em cidades ao redor de grandes centros, bem como especialistas em comportamento animal.

- **Telemedicina:** É uma realidade que veio para ficar na medicina humana. Apesar de muita controvérsia tem tudo para ser revolucionária e pode desafogar o atendimento em redes de saúde pública e privada, de forma complementar às consultas tradicionais e com menor custo. Na medicina veterinária, contudo, o assunto é mais complexo, já que o paciente incapaz de interagir remotamente com seu médico. Apesar disso sistemas híbridos e de suporte conjugado com ecossistemas que monitoram animais a distância (sinais vitais e comportamento) irão transformar a medicina veterinária para sempre (vejam a minha coluna no boletim número 3 de 2018). A falta de uma regulamentação prejudica hoje o setor que acaba optando por soluções caseiras como o WhatsApp.

Resumo: Texto aborda o impacto da pandemia de COVID-19 no segmento Pets brasileiro, sejam eles negativos como queda nas vendas e drástica redução dos serviços veterinários por um certo tempo, como positivos como aumento da adoção de animais.

Mostra também quais são as tendências relacionadas ao comportamento dos consumidores e da sociedade aceleradas pela pandemia e qual seu impacto na atividade veterinária, à médio e longo prazos.

Expressões-Chave: COVID-19, mercado pets, home office, vendas, comportamento, tendências de consumo, telemedicina, sustentabilidade, lazer.

MINHA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

A Redação conversou com a Acadêmica Helenice Spinosa e nos contou um pouco de suas experiências

Relato de experiência profissional na universidade

Helenice de Souza Spinosa
CRMV-SP 1798
helenice.spinosa@gmail.com

Sou paulista de Catanduva; meus pais, Ovídio e Judith, meus irmãos, Helaine e José Ovídio e eu viemos para a cidade de São Paulo quando eu tinha 6 anos. Sou casada com Flavio Roberto Nunes Spinosa, que foi meu colega de turma na Faculdade, e mãe de Renata Helena de Souza Spinosa.

Sempre estudei em escolas públicas: o primário nas Escolas Agrupadas do Brooklin Paulista, o 5º ano na Escola

Estadual Mário de Andrade e o ginásio e o colegial na Escola Estadual Professor Ennio Voss. Fiz o cursinho junto com o último ano do Científico e ingressei na Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia (FMVZ) da Universidade de São Paulo (USP), em fevereiro de 1972; coleii grau em 2 de julho de 1976.

A partir do momento de meu ingresso, como aluna, tem início meu vínculo com a FMVZ/USP, que é mantido até os dias de hoje, agora como profissional. Portanto, são mais de 48 anos vividos dentro desta Casa.

Durante a graduação, desde o primeiro ano, sempre procurei estagiar nos laboratórios da Universidade. Meu primeiro estágio foi no Departamento de Histologia e Embriologia do Instituto de Ciências Biomédicas da USP, com o Prof. Dr. Luiz Octávio Medeiros. Com ele tive a oportunidade de aprender os cuidados com o uso de equipamentos e materiais de laboratório, técnicas histológicas, realizar exames hematológicos e visitar o Posto de Equideocultura de Colina e a Estação Experimental de Zootecnia de Sertãozinho para coleta de sangue de equinos e de bovinos, respectivamente. Nesse estágio meus colegas e eu coletamos material que resultou na publicação de meu primeiro trabalho científico no periódico *Boletim da Industria Animal*, intitulado "Eritrograma normal de jumentos *Equus asinus* das raças puro-sangue italiana e brasileira de 1 a 2 anos", em 1974.

Com a mudança dos laboratórios do Prof. Luiz Octávio para os novos prédios do ICB, não foi possível dar continuidade a esse estágio. Foi, então, que conheci o Prof. Dr. João Palermo Neto, que, naquela ocasião, juntamente com o Prof. Dr. Fernando Varela de Carvalho (Diretor da FMVZ/USP no período de 1976 – 1980), eram coordenadores do "Programa Educacional sobre Tóxicos" recomendado pelo Ministério da Educação e Cultura. Participei desse Programa, durante o ano de 1973, que consistia de dar palestras sobre os efeitos nocivos de drogas ilícitas para alunos de escolas públicas. O Prof. Palermo orientava nosso grupo, composto por quatro estudantes da FMVZ/USP, como abordar esse assunto em escolas de ensino médio.

A partir desse primeiro contato com o Prof. Palermo comecei, em janeiro de 1974, a estagiar no Departamento de Patologia e Clínica Médica da FMVZ/USP. Lembro-me que, naquela época, o Prof. Palermo foi fazer seu pós-doutoramento nos Estados Unidos e eu escrevia cartas com os resultados dos experimentos que eu aqui realizava e aguardava suas orientações para dar continuidade. Nos dias de hoje, fica difícil imaginar trocas de cartas com resultado de experimento, quando hoje posso me comunicar com meus orientados e com pesquisadores que estão no exterior a qualquer momento, apenas respeitando as diferenças de fuso horário para não os importunar.

Destaco que a primeira bolsa de iniciação científica da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) obtida pelo Prof. Palermo, foi para mim destinada, em 1975. O entusiasmo do Prof. Palermo pelo ensino e pela pesquisa me conquistou e após a formatura ingressei na pós-graduação sob sua orientação, no ano de 1977. Obtive o