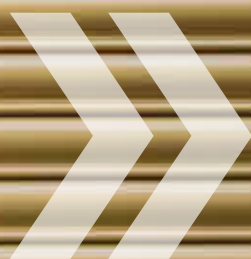


Ebook PET LOVERS

Série
Líderes
Digitais



©2021. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado da Paraíba – Sebrae/PB
Avenida Maranhão 285, Centro, João Pessoa,
Paraíba. Telefone: (83) 2108 -1100.

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

Informações e Contatos

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE/PB
Unidade de Gestão Estratégica e Monitoramento - UGEM/PB

Av. Maranhão, 983 - Bairro dos Estados
João Pessoa/PB - CEP: 58038 - 382

Site: www.sebraepb.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo
José Marconi Medeiros de Souza

Superintendente
Walter Aguiar

Diretor Técnico
Luiz Alberto Gonçalves Amorim

Diretor de Administração e Finanças
João Monteiro da Franca Neto

Coordenação e Elaboração

Unidade de Gestão Estratégica e Monitoramento - UGEM/PB

Projeto Usina de Dados
Ivani Costa - Gerente
Ismael da Nóbrega da Silva - Gestor

Squad Editorial
Ediene Souza de Lima
Jeanne Patrícia Morais Honório
Niedja Maria Araujo Arruda
Patrícia de Queiroz Fernandes Soares

Equipe de Apoio Terceirizado
Cristiana Accioly

Projeto Gráfico e Editoração
Tiago Martins

Compilação dos projetos de conclusão das turmas do Programa Líderes Digitais Sebrae.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
PET LOVERS/ Sebrae Paraíba. – João Pessoa:
SEBRAE/PB, 2022. 19 p.

ISBN nº 978-85-99210-13-0

1. Empreender 2. Pequenos Negócios I. Pet
lovers.

CDD 650
CDU 636/638

Sumário

1. O MERCADO PET



1.1. O boom dos pets durante a pandemia



1.2. Quais são os pets que dominam os lares (e corações) dos brasileiros?



2. QUEM SÃO OS PET LOVERS?



2.1. Como eles consomem?



2.2. Amores e dores



3. O ECOSSISTEMA PET



4. VIVENCIANDO EXPERIÊNCIAS



4.1. Onde vender



4.2. "Pet Friendly"



1

O MERCADO

PET



VIRA-LATA CARAMELO

Um dos símbolos “não oficiais” do Brasil é o vira-lata caramelo. Isso já mostra a relação intensa dos brasileiros com os animais de estimação, não é mesmo?!

Porém, nos últimos anos, um movimento começou a se destacar: o dos Pet Lovers ou dos pais e mães de pet. Eles são verdadeiramente apaixonados pelos seus bichinhos e trata-os como filhinhos.

E o que é esse movimento na prática? É que os “papais” e “mamães” de pets querem proporcionar as melhores experiências para os seus filhotes. E isso significa que estão dispostos a investir.

Que tal vir com a gente e conhecer mais sobre este mundo dos Pet Lovers?





1. O MERCADO PET

Podemos dizer que é bem comum encontrar em um lar brasileiro um animalzinho de estimação.

O mercado pet brasileiro é o sexto maior do planeta em termos de faturamento (R\$ 51,7 bilhões em 2021), ficando atrás de outros países com enorme tradição de ter bichinhos em casa. Veja o ranking com os países com maior faturamento em 2021.



1°



2°



3°



4°



5°



O Brasil registrou uma impressionante alta de 42,5% no faturamento durante a pandemia, saindo de R\$ 35,3 bilhões em 2019 para R\$ 51,7 bilhões em 2021. De acordo com o Instituto Brasil Pet (IBP), esses números levam em conta os segmentos da indústria, serviços, a venda de animais direto dos criadores e a rede de varejo em todo o Brasil.

Vamos entender mais como este mercado se comportou durante o isolamento?

1.1. O boom dos pets durante a pandemia

07

Já sabemos que a pandemia afastou muitos amigos e famílias, em compensação, gerou um grande boom de adoção de animaizinhos de estimação.

(Ao que parece, a falta de amigos humanos provocou um boom...)

Uma pesquisa realizada pela Petlove em parceria com a DogHero apontou que 54% dos brasileiros adotaram um pet durante a pandemia. Desta porcentagem, 19% afirmaram que adotaram um animal de estimação pela primeira vez, 50% já tinham um animal e resolveram adotar mais um e 31% já tiveram pets ao longo da vida.

E quais foram os principais motivadores para adotar um animal durante o isolamento?



15%
disseram que sempre gostaram de pets e, por isso, decidiram adotar.



12%
afirmaram que ter um pet em casa traria felicidade tanto para si quanto para o ambiente.



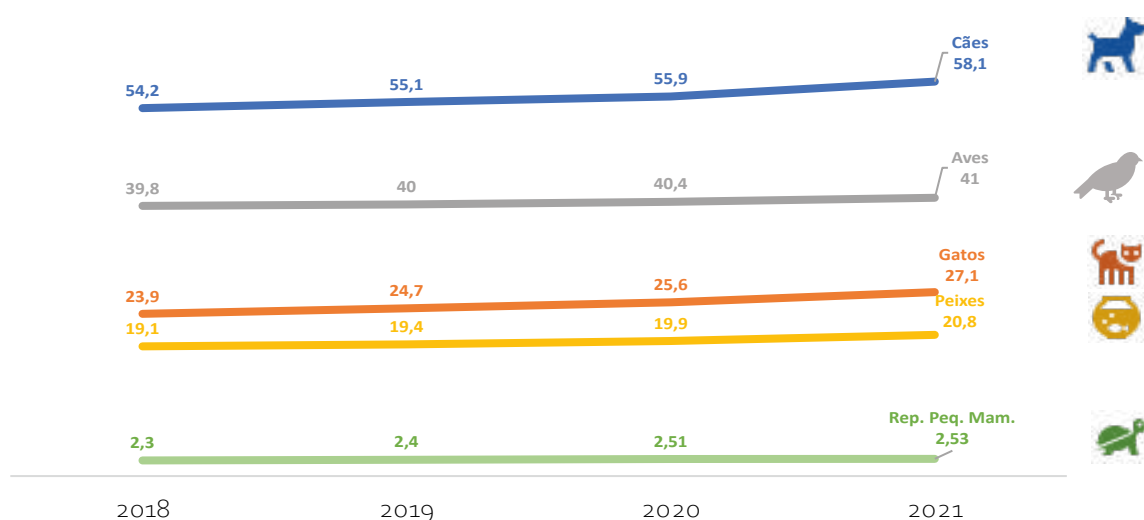
11%
acreditaram que a companhia de um pet faria bem a algum familiar.

1.2. Quais são os pets que dominam os lares (e corações) dos brasileiros?

Antes de conhecermos mais quem são, o que fazem, como vivem os Pet Lovers, é importante saber mais sobre quem são esses bichinhos tão amados.

De acordo com o último Censo Pet IPB, do Instituto Pet Brasil, o Brasil encerrou 2021 com 149,6 milhões de animais de estimação, um aumento de 3,7% sobre os 144,3 milhões do ano anterior.

E quais são as espécies mais presentes nos lares brasileiros? Os cães lideram o ranking, com 58,1 milhões. As aves canoras vêm em segundo lugar, com 41 milhões. Os gatos figuram em terceiro lugar, com 27,1 milhões, seguidos de perto pelos peixes (20,8 milhões). E depois vêm os pequenos répteis e mamíferos (2,5 milhões).



2.

QUEM SÃO OS PET LOVERS?

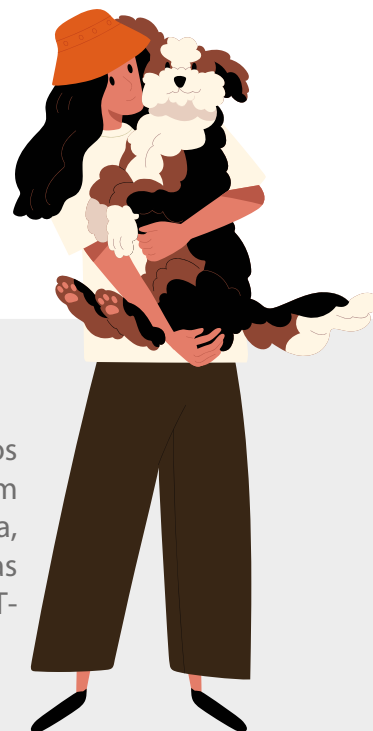
Mas, afinal, o que são os Pet Lovers? Mais do que terem um bichinho de estimação em casa, esse grupo é verdadeiramente apaixonado pelos seus pets e os consideram, praticamente, como filhos.

O levantamento Pesquisa Radar Pet 2020 definiu três perfis distintos de donos de pets, baseados em aspectos emocionais. Na prática, todos são apegados aos seus animais, porém de diferentes maneiras.



PET LOVERS

Representando 55% dos tutores de pets, os “Pet Lovers” são os que mais se identificam com mães/pais de pet e possuem um vínculo afetivo muito forte com os animais. Em sua maioria, esse grupo é composto por jovens, mulheres, pessoas casadas com filhos. Também corresponde à maior proporção de LGBTQIA+ e casais sem filhos.



AMIGOS DOS PETS

Com 21% do total, esse grupo possui uma predominância de mulheres, pessoas da Classe A, casadas e famílias com filhos pequenos. Esse é um perfil considerado intermediário entre os “Pet Lovers” e os “Desapegados”. Possuem vínculos com os animais, mas sem necessariamente considerá-los como parte da família.

Amam seus pets, mas não apresentam um vínculo tão forte, cuidando deles com carinho, mas sem tantos “mimos”.

DESAPEGADOS

Correspondem a 24% dos tutores e são majoritariamente homens. Não costumam ter um vínculo afetivo tão forte quanto os “Pets Lovers” e quase 44% deles já consideraram deixar de ter um animal. São pessoas mais pragmáticas e que têm o costume de levar o pet ao veterinário apenas em casos de emergência. Além disso, os “Desapegados” evitam antropomorfizar os animais, ou seja, não gostam de atribuir características humanas a eles e consideram estranha a visão do bichinho como um familiar.



2.1. Como eles consomem?

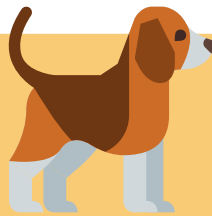
Vimos que os Pet Lovers consideram o seu bichinho como parte da família. E o que isso significa em termos de consumo? Significa que eles investem muito no bem-estar dos animais, não só em relação à sua saúde física, mas também emocional.

Em termos de gastos mensais, o Instituto Pet Brasil (IPB) publicou um levantamento em 2022 com o custo médio. No geral, o gasto médio dos donos de felinos é de R\$200,19 mensais, em comparação aos R\$408,76 dos donos de cães. Obviamente que este gasto varia de acordo com vários quesitos, inclusive o tamanho dos animais.

Vamos conhecer alguns valores?



**cães pequenos
(até 10 kg):
R\$274,37**



**cães de porte médio
(de 11 kg a 25 kg):
R\$326,98**



**cães de porte grande
(de 26 kg a 45 kg):
R\$425,24**



**felinos (gatos
adultos):
R\$205,94**



**peixes (considerando um
aquário de 40 litros com
10 peixes pequenos):
R\$94,17**



**roedores:
R\$108,25**



**aves:
R\$17,38**

**répteis:
R\$20,50**



E esses gastos mensais são direcionados para que tipos de produtos ou serviços? Basicamente, podemos observar duas grandes áreas de consumo, para além dos cuidados veterinários:

Maior busca por produtos premium

A tendência da gourmetização e foco em vivenciar experiências diferenciadas é transmitida também para a saúde e bem-estar do pet. Os Pet Lovers, por serem ainda mais apegados aos seus pets, estão mais preocupados em proporcionar uma vida confortável, assim como alimentos mais saborosos e nutritivos.



É o movimento que é chamado de "premiumização", ou seja, uma busca maior por alimentos e itens de categoria premium, conforme pontua o portal Mercado e Consumo.



Mimos

Houve também o crescimento na procura por brinquedos e acessórios. O interesse é relacionado a todos os tipos de animais, mas especialmente aos gatos, com itens mais inovadores.

A seguir, as vendas de produtos e serviços pelos principais segmentos:



(fonte: Instituto Pet Brasil, 2020)

2.2. Amores e dores

Os Pet Lovers têm uma grande preocupação com o envelhecimento do pet e o cuidado com a saúde preventiva destes animais. Por isso, eles não medem esforços (e nem dinheiro) para proporcionar qualidade de vida para os seus bichinhos.

Na prática, isso significa idas rotineiras ao veterinário de confiança para monitorar a saúde como um todo e, inclusive, a saúde dental (muitas vezes desprezada por aqueles quem apenas são “donos de animais de estimação”).

Também investem, quando necessário, em tratamentos alternativos, como acupuntura, fitoterapia e homeopatia. Além disso, estão abertos e curiosos para outros tipos de tratamentos que, durante muito tempo, foram exclusivos dos humanos, tais como musicoterapia, florais e shiatsu, por exemplo, que são técnicas que podem auxiliar no tratamento veterinário.

Além disso, os Pet Lovers sabem o quanto um ambiente fechado, seja uma casa ou apartamento, é limitador para o seu animalzinho. Por isso, eles dão atenção a este ponto e tentam enriquecer o ambiente em que o pet está inserido por meio de brinquedos que estimulam os pets a gastarem energia. Tudo para tornar o ambiente mais dinâmico e menos estressante para os animais.

Além disso, nos finais de semana e durante as férias, optam por passeios e viagens em conjunto com o seu pet. Assim, a opção pelo contato com a natureza acaba sendo um dos interesses destes Pet Lovers.



Pet lovers investem para enriquecer o ambiente para reduzir o estresse de seus Pets.

O ECOSSISTEMA

PET

3



Se, no passado, quando pensávamos no ecossistema de produtos e serviços pets, estávamos limitados às clínicas veterinárias e produtos alimentares, atualmente é preciso pensar muito mais além.

Os Pet Lovers encaram seus bichinhos como parte da família. Como tal, querem oferecer as mais diferentes experiências, assim como proporcionar uma boa qualidade de vida.

3. O ECOSISTEMA PET

De acordo com o Instituto Pet Brasil, a quantidade de empresas do setor pet brasileiro ultrapassou 285 mil estabelecimentos em 2021. Além disso, 178.669 destas empresas são das cadeias de distribuição, ou seja, pontos de vendas como pet shops, consultórios e clínicas veterinárias, agrolojas e o varejo de alimentos. O restante dos estabelecimentos é composto por criadores (105.692) e indústrias (710 unidades).



Basicamente, esse mercado pet é dominado por empresas de menor porte: mais de 90% são pequenas e médias. As grandes redes, que respondem por 10% do faturamento, também tiveram crescimento robusto. Os maiores players são

Grupo Petz:

holding que abriga seis marcas, entre elas a franquia de pet shops Petland, além de clínicas veterinárias, soluções de pagamento e um programa que ajuda na gestão de pequenos negócios do setor. A empresa fechou 2020 com 217 lojas em 23 estados e faturamento de R\$ 180 milhões.

Grupo Pet Brasil:

com 136 lojas e 114 centros veterinários em todo o Brasil, e o primeiro do segmento a abrir capital na bolsa de valores, faturou R\$ 1,7 bilhão em 2020, um crescimento de 46,6% em relação ao ano anterior. Só o canal digital do grupo aumentou 341% em comparação a 2019.

4

VIVENCIANDO EXPERIÊNCIAS

E como agradar esse perfil de consumidor chamado de Pet Lovers?
Lembre-se: ele é muito mais exigente, pois estamos falando do
cuidado com um filhinho, não é mesmo?!



4. VIVENCIANDO EXPERIÊNCIAS

Algumas tendências e oportunidades de negócios para quem quer investir neste setor:



Produtos naturais:
como alimentação com ingredientes naturais e sem conservantes.



Produtos mais ecológicos:
como areias sanitárias para gatos feitas de materiais biodegradáveis (fécula de batata e mandioca, fibra de celulose, sabugo de milho, resíduos da indústria de madeira) e recipientes para coleta de excrementos fabricados com materiais que se dissolvem no ambiente.



Tecnologia:
várias empresas e startups estão investindo na criação de produtos inteligentes e ligados à internet (Internet das Coisas), como alimentadores com sensores integrados ao smartphone para cães e gatos.



Praticidade:
nem os Pet Lovers gostam daquele cheiro de xixi pela casa ou apartamento, não é mesmo?! Por isso, uma outra tendência são banheiros para cachorros e gatos que não deixam odor

4.1. Onde vender ?

Vendas online cresceram 48% de 2020 para 2021

E onde vender esses produtos? Apesar dos pet shops pequenos e médios continuarem sendo o principal canal de acesso aos produtos, representando praticamente metade de todas as vendas do setor (48%), o e-commerce tem ganhado espaço. Só para termos uma ideia: em 2021, esse canal de acesso representou apenas 5,4% das aquisições de produtos. Porém, quando analisamos o seu crescimento, foi de 48% em relação a 2020. Ou seja, o ideal é aliar o físico e o online, pois cada vez mais os Pet Lovers buscam novidades e produtos através da internet.

E o uso da tecnologia para comprar coisinhas para os seus pets não se limita, apenas, aos produtos. Os Pets Lovers também fazem a contratação de serviços por aplicativos, tais como assinatura de entrega de produtos mensalmente, contratação de passeadores para os cães ou, até mesmo, contratação de hospedagem temporária. Conforme pontua o Portal Negócios Pet (NP), todos esses serviços digitais devem se expandir e surpreender com o surgimento de novas opções



4.2. "Pet Friendly"

18



Pet friendly é o termo utilizado para lugares que aceitam animais de estimação

O termo pet friendly pode ser traduzido, basicamente, como "amigo dos animais". Assim, ele é utilizado para identificar estabelecimentos que os animais são aceitos e podem permanecer.

De acordo com o Blog Tudo de Bicho, vale dizer que o conceito não é sobre lugares onde os pets podem apenas entrar. O conceito é muito mais amplo: o ambiente deve estar bem-preparado para receber os bichinhos e proporcionar conforto para eles.

A essência do pet friendly é entender que os animais são importantes para os clientes que frequentam, então o local deve ser agradável para os tutores e para os seus bichinhos.

Por isso, se você é empreendedor deste setor e quer inovar, pense no público de Pet Lovers: apesar deles serem mais exigentes, eles estão dispostos a gastar mais e estão também abertos a produtos e soluções que tragam mais conforto e felicidade para o seu bichinho.



**Usina de Dados analisando
informação para construir o
futuro.**

