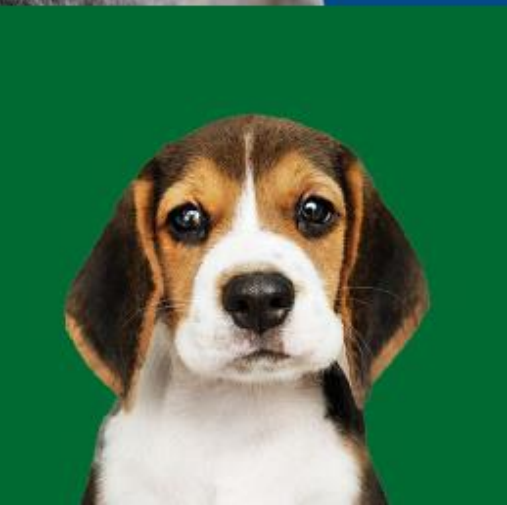




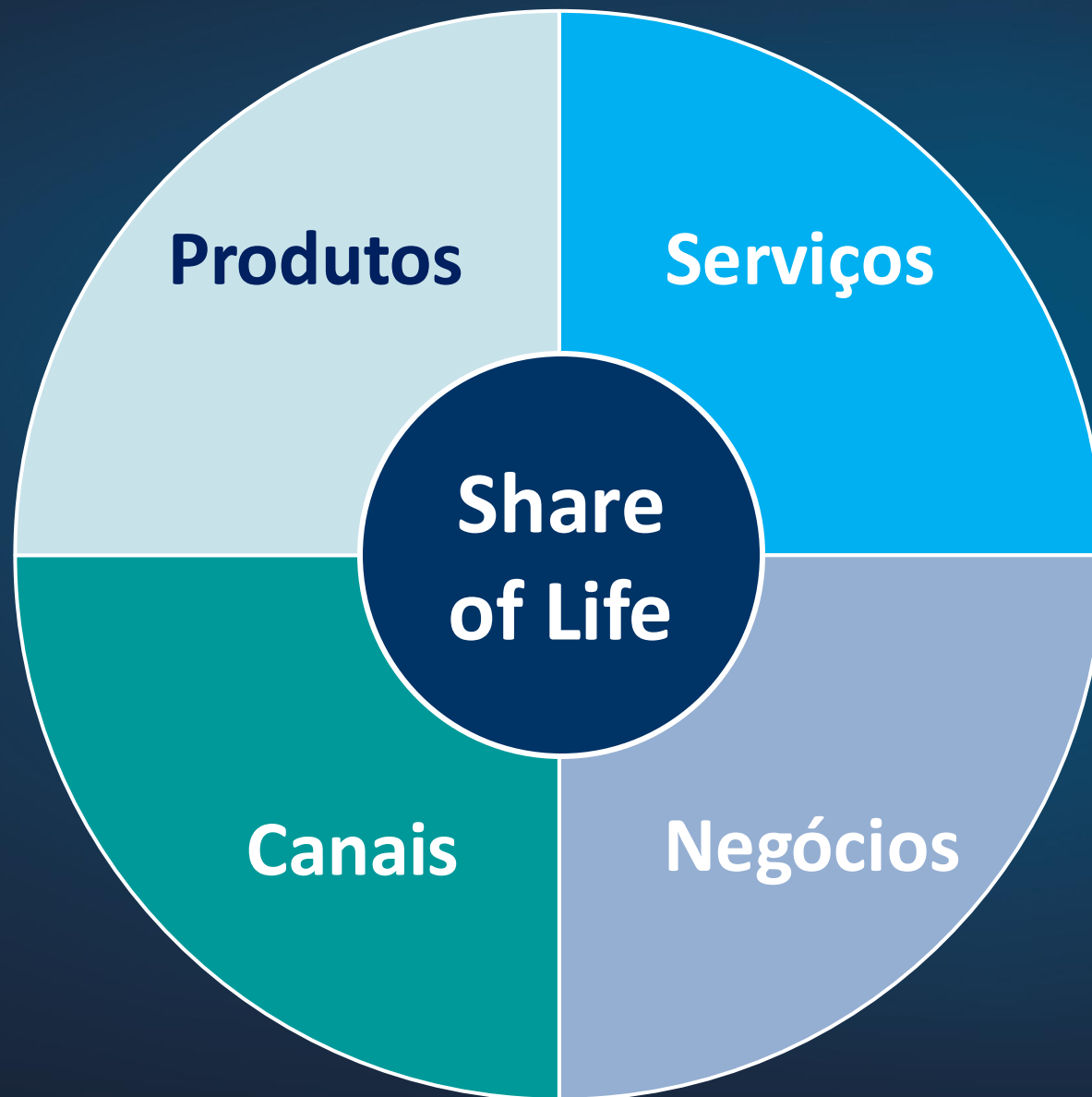
# ABRAS

ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA DE  
SUPERMERCADOS

## Overview do Mercado PET 2025



# As perspectivas do share of life



# Ampliação do escopo de produtos e serviços

PRODUÇÃO	PADARIA	AÇOUGUE	PEIXARIA	CONFEITARIA
SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO (FOOD SERVICE)	ROTISSERIA	LANCHONETE CAFÉ	RESTAURANTE BUFFET	DARK KITCHEN DARK STORE
SERVIÇOS FINANCEIROS E MEIOS DE PAGAMENTO	CARTÃO DE CRÉDITO E DE DÉBITO	CONTAS DIGITAIS	EMPRÉSTIMOS E SEGUROS	SOLUÇÕES DE PAGAMENTO
CATEGORIA DE PRODUTOS	MARCAS PRÓPRIAS	PET	ALIMENTOS SAUDÁVEIS	ALIMENTOS FUNCIONAIS
CANAIS	COMÉRCIO ELETRÔNICO	MARKETPLACE APP	CLIQUE E RETIRE	DELIVERY
CUIDADOS COM A SAÚDE E BEM-ESTAR	FARMÁCIA	ÁREA DE SAÚDE E BEM-ESTAR	VAREJO DE SAÚDE	ENTRETENIMENTO E LAZER

**1** DIMENSIONAMENTO DO MERCADO PET NACIONAL E INTERNACIONAL

**2** PRODUTOS E SERVIÇOS PET

**3** PRINCIPAIS FABRICANTES PET

**4** VAREJO PET

**5** PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO MERCADO PET

**6** OPORTUNIDADES DO MERCADO PET PARA O VAREJO ALIMENTAR

<b>1</b>	<b>DIMENSIONAMENTO DO MERCADO PET NACIONAL E INTERNACIONAL</b>
<b>2</b>	<b>PRODUTOS E SERVIÇOS PET</b>
<b>3</b>	<b>PRINCIPAIS FABRICANTES PET</b>
<b>4</b>	<b>VAREJO PET</b>
<b>5</b>	<b>PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO MERCADO PET</b>
<b>6</b>	<b>OPORTUNIDADES DO MERCADO PET PARA O VAREJO ALIMENTAR</b>

# Escopo do mercado pet



## Pet Creation & Sale

Criação  
e Venda  
de Animais



## Pet Food

Alimentos  
para Pets



## Pet Vet

Serviços  
Veterinários



## Pet Care

Higiene,  
Beleza  
e Bem-estar



## Pet Serv

Serviços  
Diversos  
e  
Conveniência

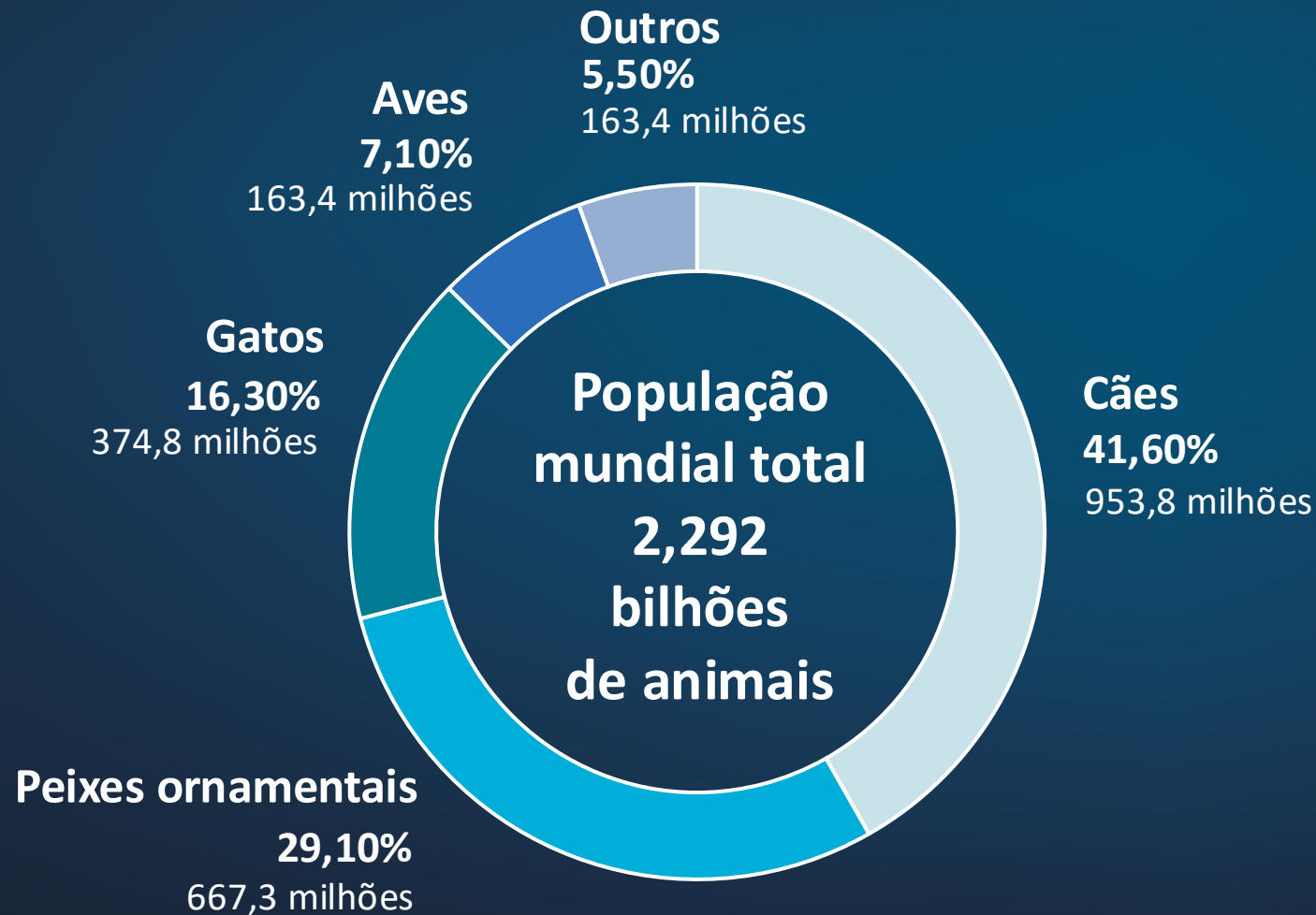


## Pet Accessories

Acessórios  
para Pets

# População mundial de pets

2,2 bilhões de animais, sendo 1 pet em média para cada 4 pessoas, considerando a população mundial de 8 bilhões de pessoas



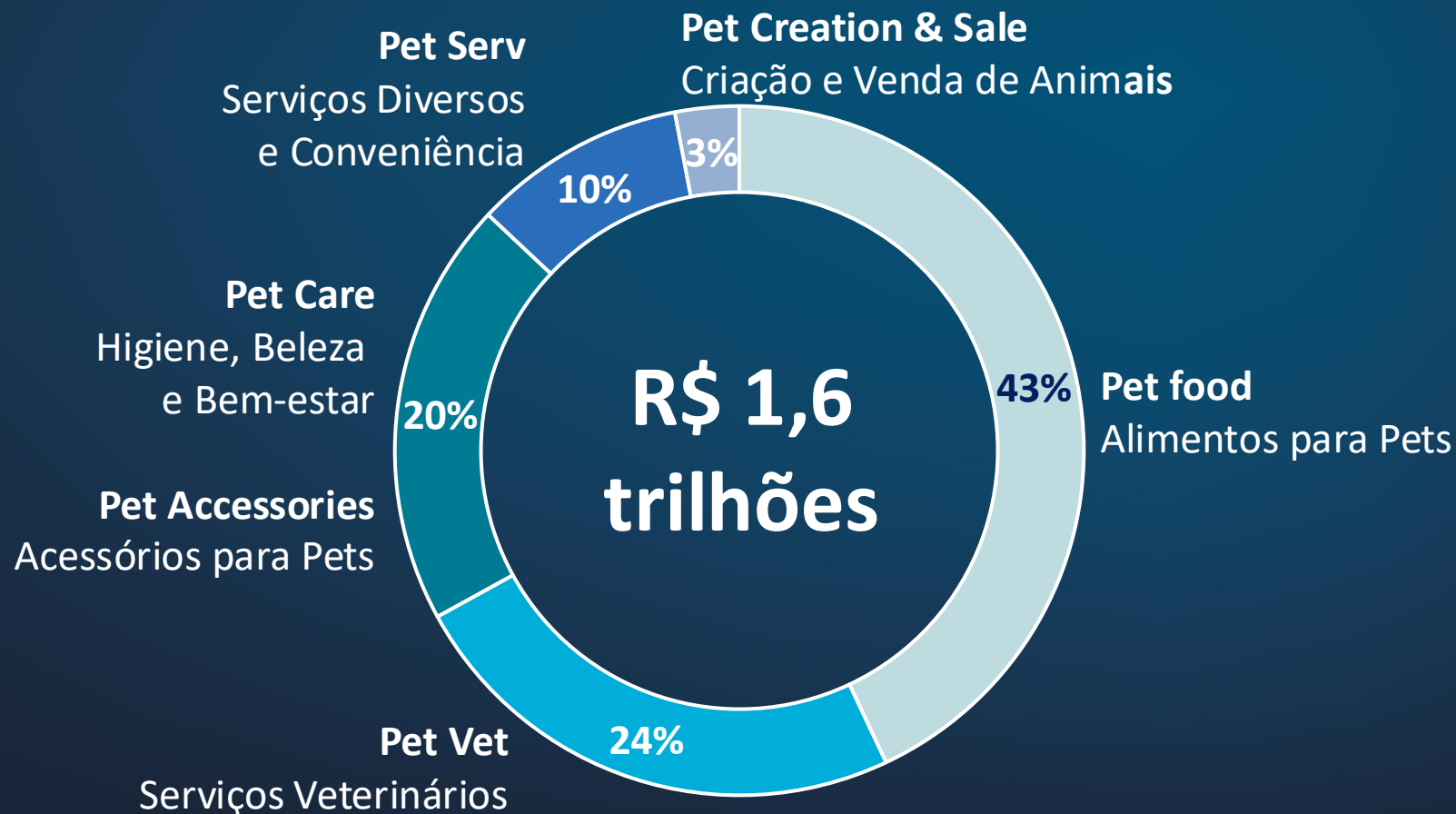
# Mercado mundial de pets



R\$ 1,6 trilhões (US\$ 300 bilhões)

Projeção para 2030 R\$ 2,8 a 3,6 trilhões (US\$ 500 a 650 bilhões)

com previsão de crescimento anual (CAGR) de 6,5% a 11,3%



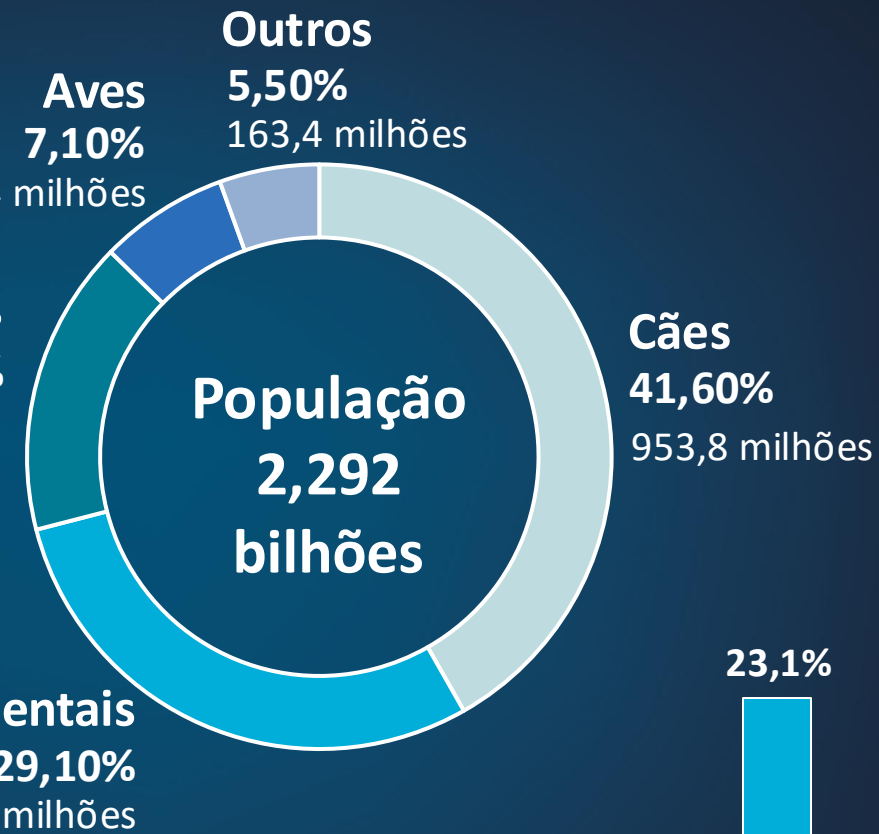
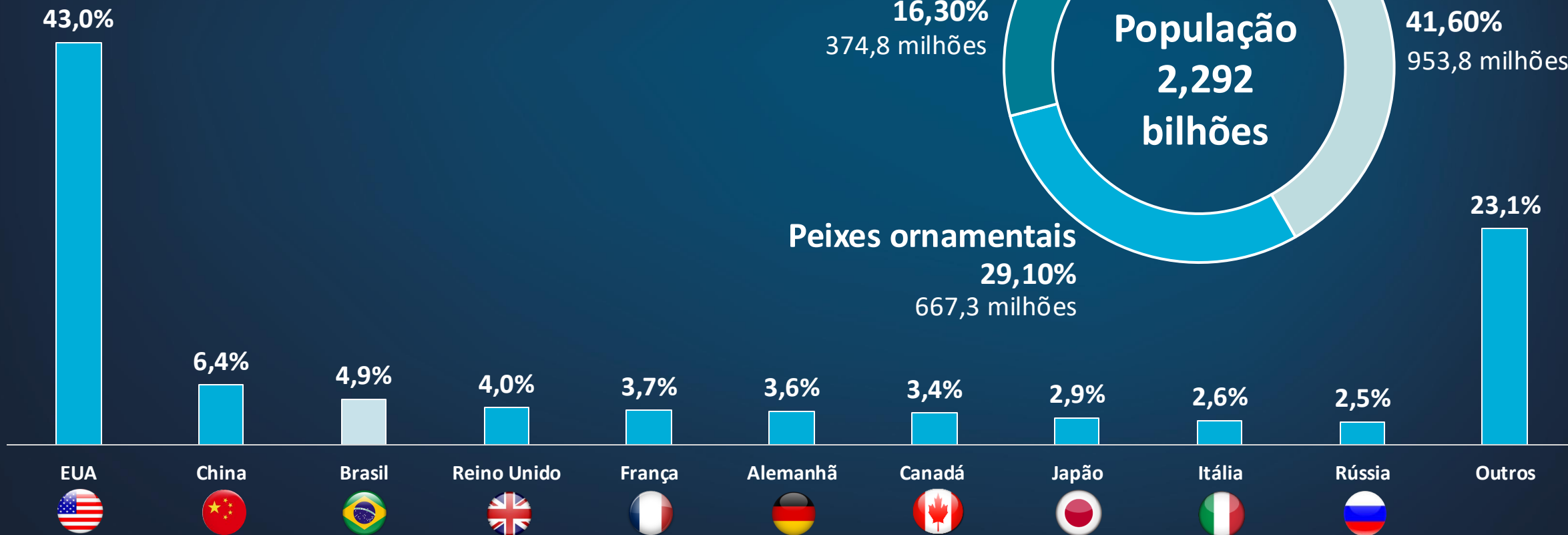
# Vendas mundiais no varejo pet 2023



R\$ 1,6 trilhões (US\$ 300 bilhões)

Brasil está desde 2021 atrás apenas de EUA e China ocupando a 3ª posição do mercado mundial de pet

## Vendas mundiais R\$ 1,6 trilhões



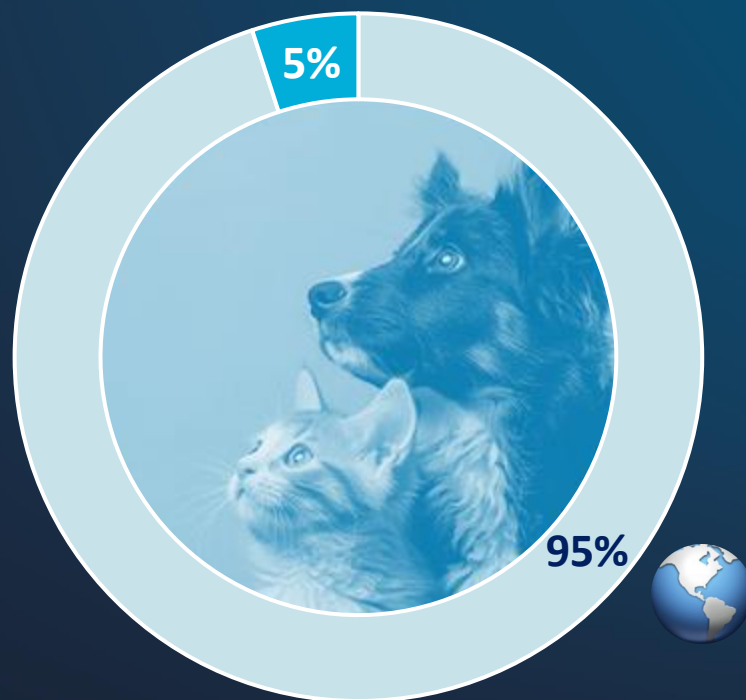
# Participação Brasil no mercado mundial de pets



O Brasil representa 5% do mercado total e 8% da população mundial de pets

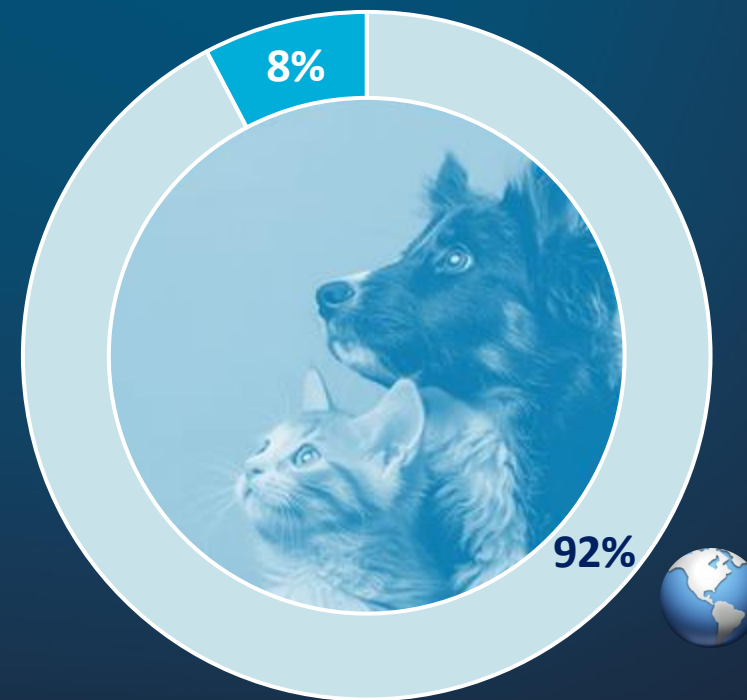
MERCADO MUNDIAL DE PETS R\$ 1,6 TRI

R\$ 77 bilhões



POPULAÇÃO MUNDIAL DE PETS 2,2 BILHÕES

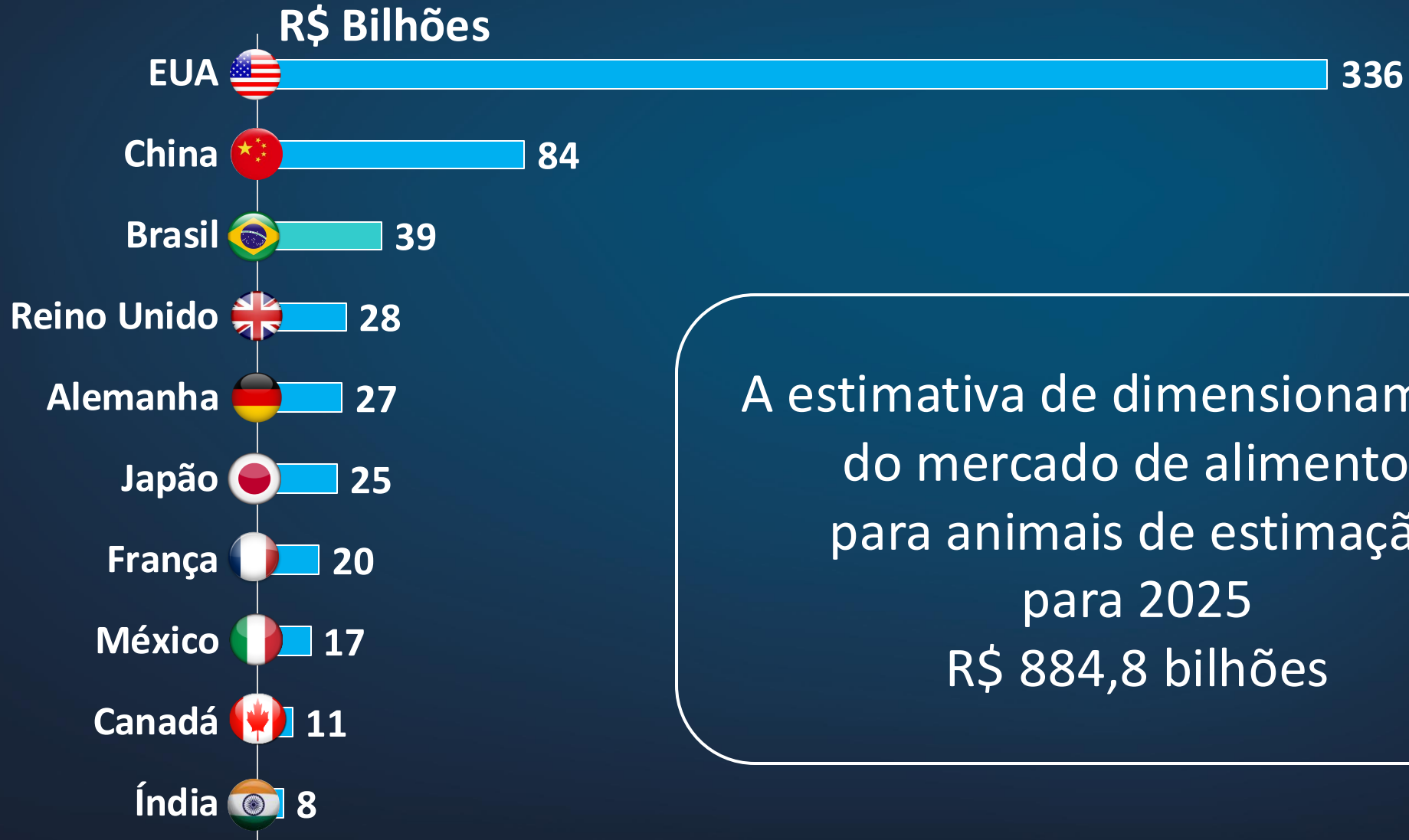
170 milhões



# Consumo mundial anual de ração para pets



Brasil é o 3º mercado mundial consumidor de ração para pets, seguido apenas dos USA e China.

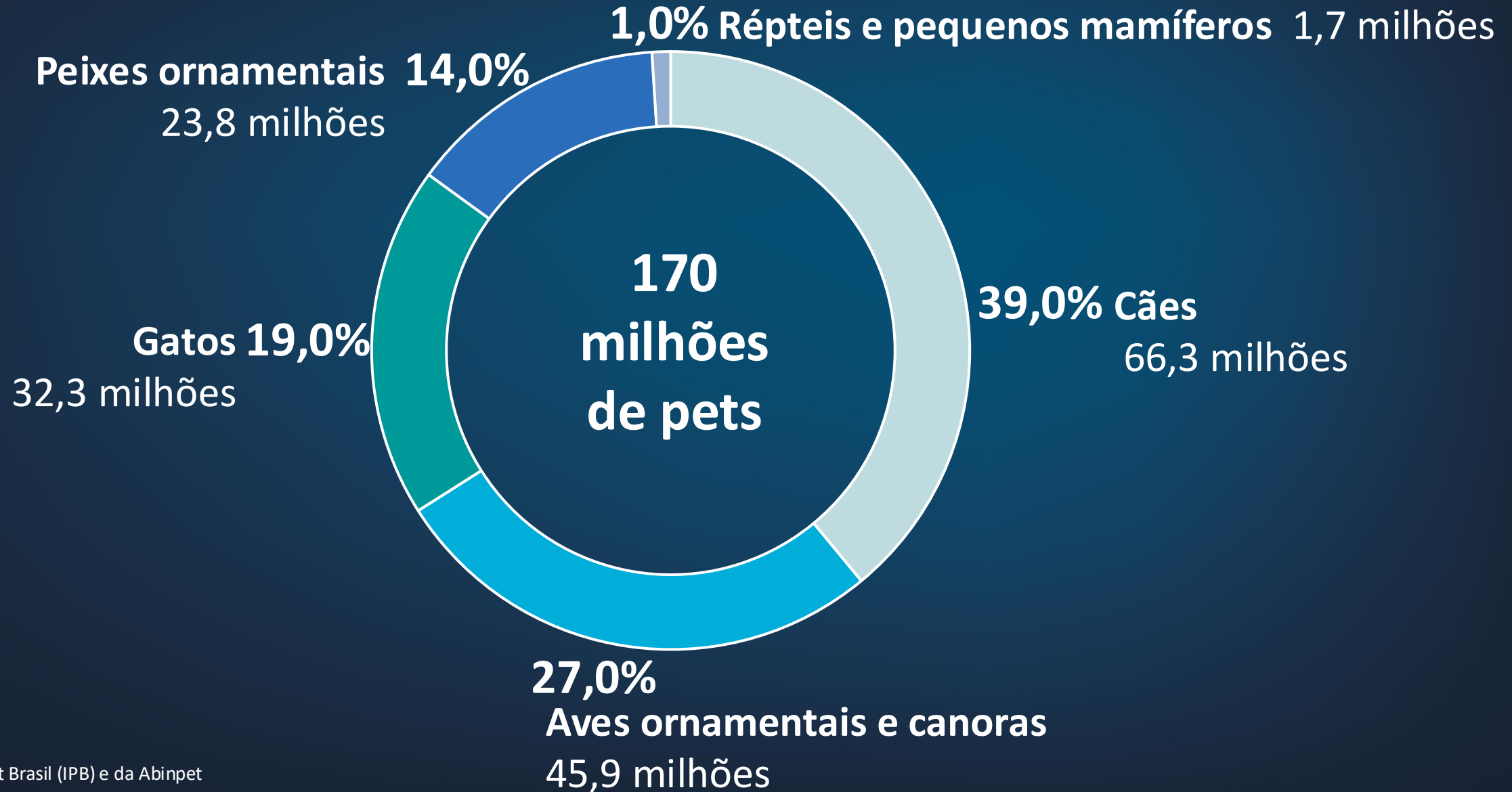


A estimativa de dimensionamento  
do mercado de alimentos  
para animais de estimação  
para 2025  
R\$ 884,8 bilhões

# População de pets no Brasil



170 milhões de pets 2025

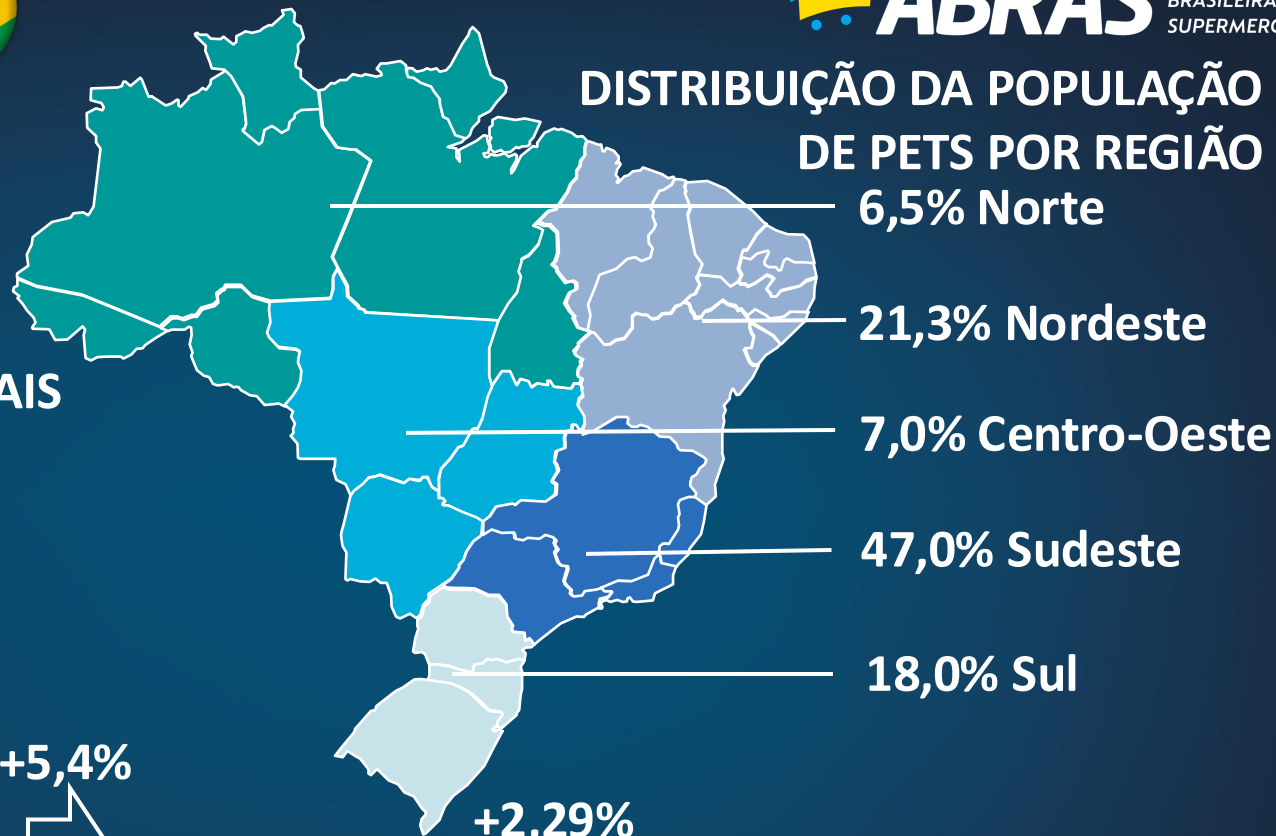
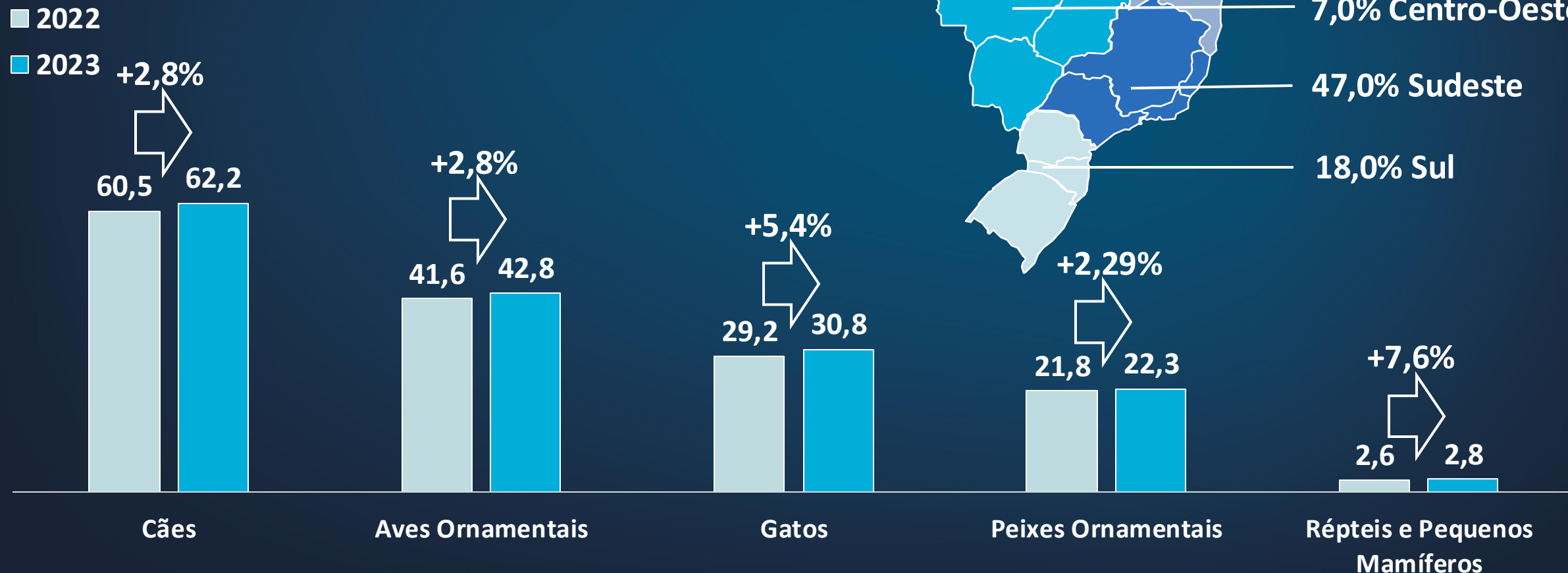


# População de pets no Brasil



Média geral de crescimento  
acumulado (2022 – 2023) é de 3,6%

## CRESCIMENTO DO MERCADO POR TIPOS DE ANIMAIS



# Penetração dos pets nos domicílios brasileiros



76% da população brasileira moram em lares com pets

56% dos domicílios brasileiros têm ao menos um cachorro ou gato

44% dos lares possuem cães

21% dos lares têm gatos e uma sobreposição de 17% que têm ambos (cães e gatos)

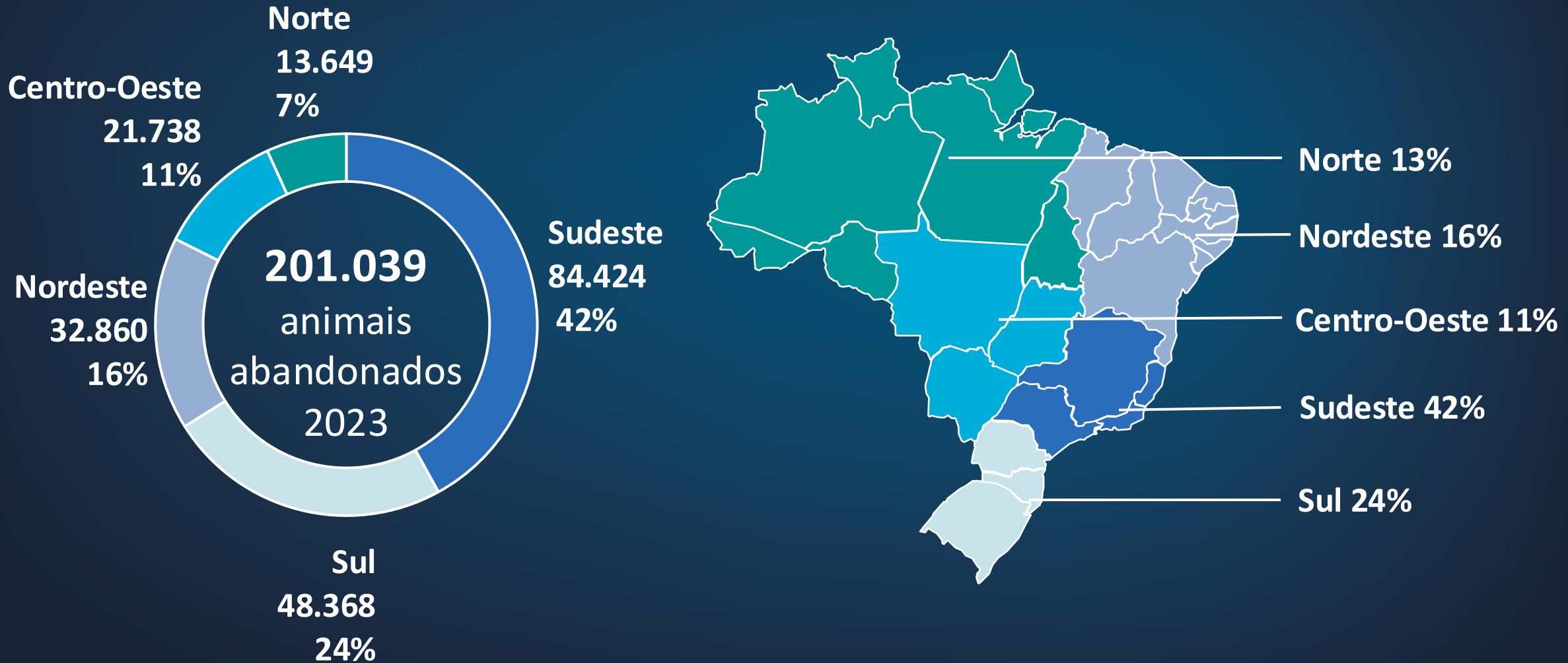


**Brasileiros gastam cerca de R\$ 350 ao mês em cuidados com animais de estimação**

# Total de animais abandonados no Brasil 2023



201.039 animais (0,01% da população)



# Representatividade dos produtos e serviços no mercado brasileiro de pets




# Evolução do mercado pet no Brasil



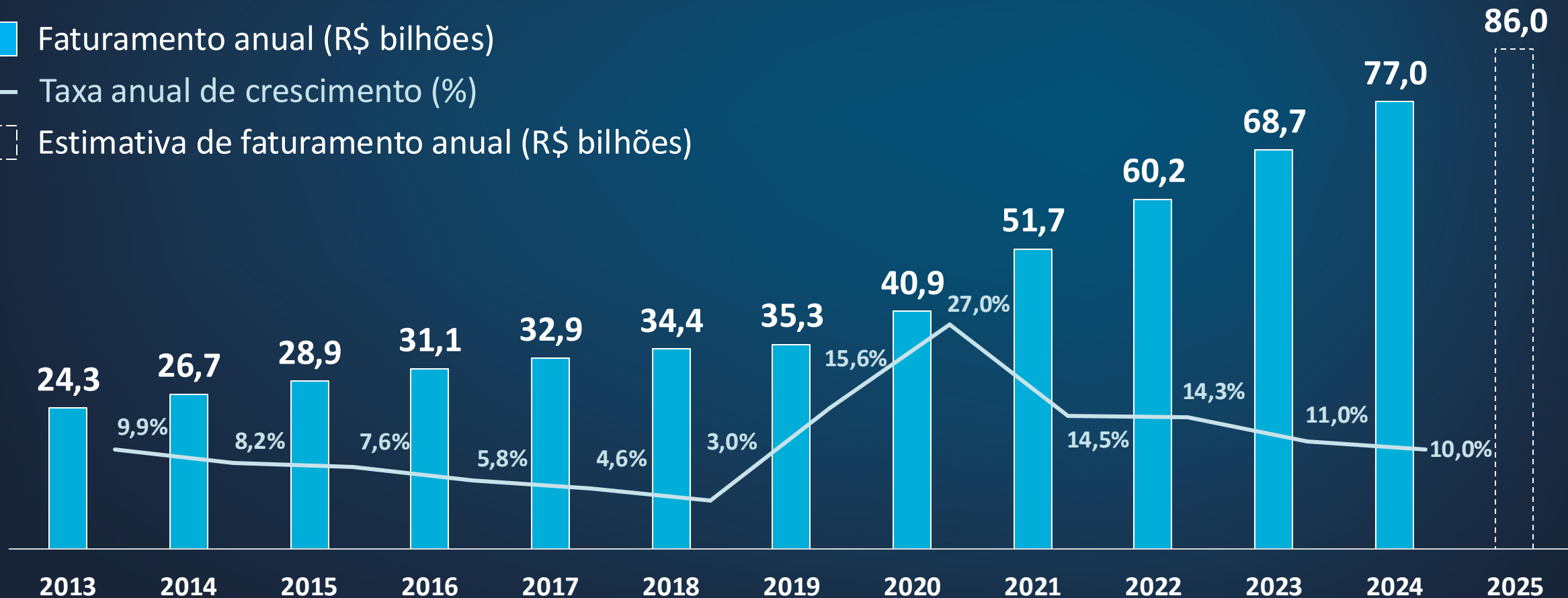
## Faturamento do mercado pet 2013 – 2025

### CRESCIMENTO DO MERCADO PET NO BRASIL EM FATURAMENTO R\$ BILHÕES

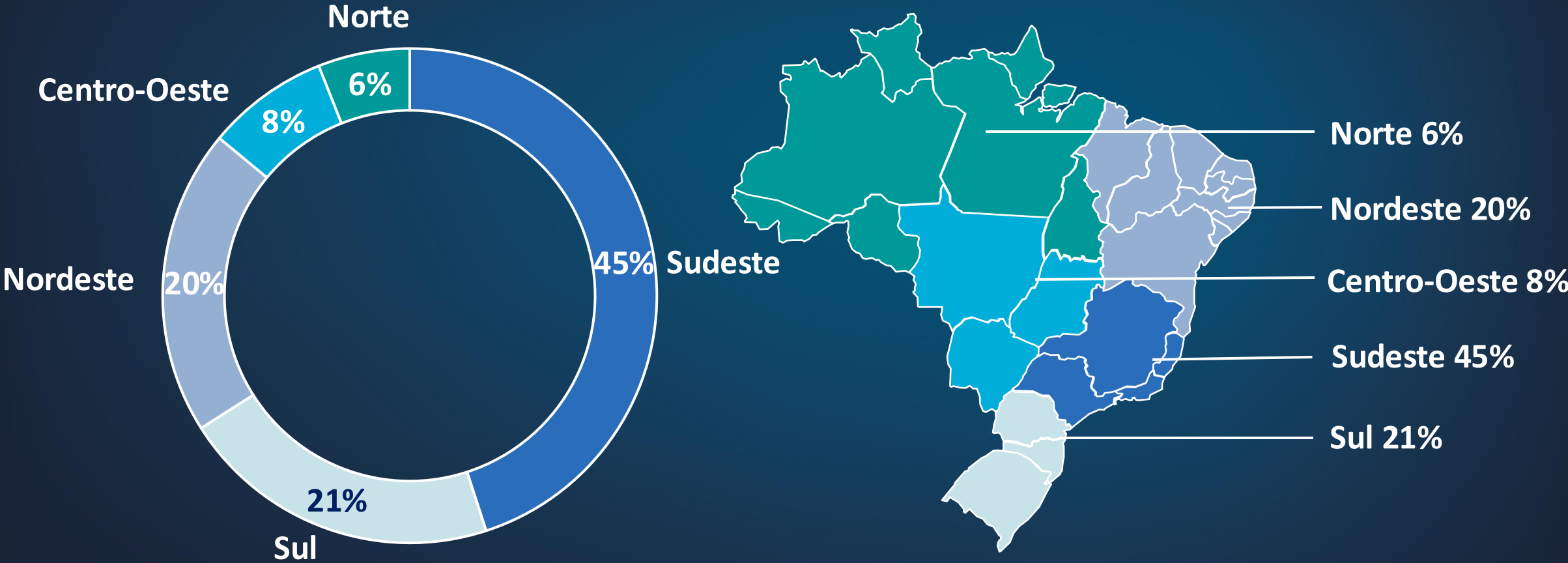
 Faturamento anual (R\$ bilhões)

 Taxa anual de crescimento (%)

 Estimativa de faturamento anual (R\$ bilhões)



# Consumo de pet food por região no Brasil



Fonte: Instituto PET Brasil - Abipet – Anuário 2024.

# Ciclo de vida dos pets



Expectativa de vida humana no Brasil: ~75 anos

Idade média em que se adota o primeiro pet: ~25 anos

Tempo total de convivência potencial com pets: ~50 anos

Em média os tutores possuem 4 pets ao longo da vida

Tutores que optam por plano mensal costumam pagar de R\$ 240 a R\$ 720 por ano

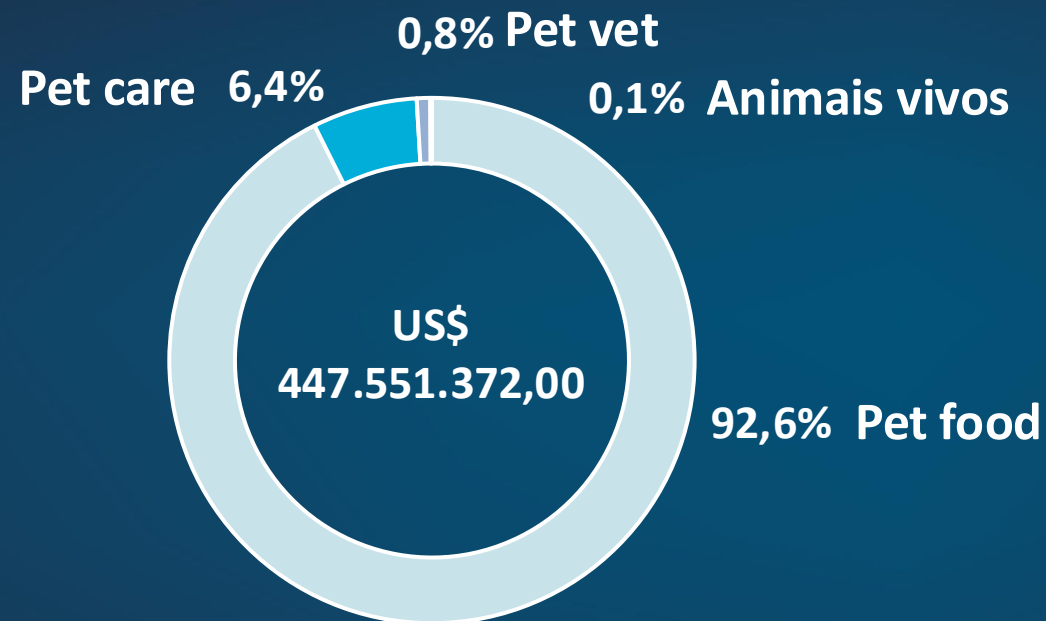
## TEMPO MÉDIO DE VIDA DOS PETS EM ANOS POR TIPO DE ANIMAL



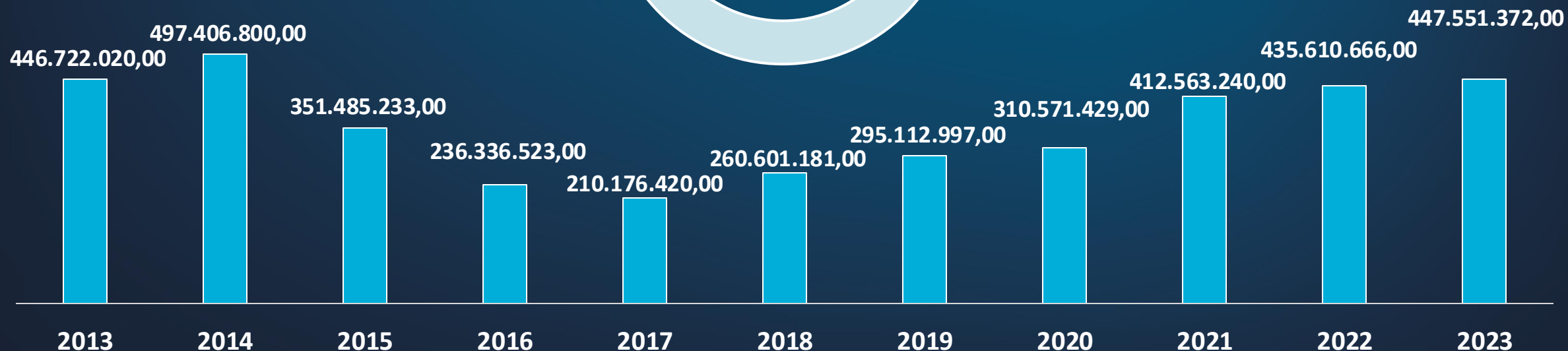
# Exportações brasileiras do mercado pet



## Evolução das exportações brasileiras do mercado pet 2013 – 2023



### US\$ milhões FOB



# Importações brasileiras do mercado pet



Evolução das importações do mercado pet 2013 – 2023

Áustria, EUA e Hungria estão no topo da lista de países que mais exportam para o Brasil (NCM 23091000) alimentos para pets (rações úmidas e private label)

Fabricante de rações úmidas  
Áustria



Hungria  
Fabricante de marcas próprias

US\$ Milhões FOB



**1** DIMENSIONAMENTO DO MERCADO PET NACIONAL E INTERNACIONAL

**2** PRODUTOS E SERVIÇOS PET

**3** PRINCIPAIS FABRICANTES PET

**4** VAREJO PET

**5** PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO MERCADO PET

**6** OPORTUNIDADES DO MERCADO PET PARA O VAREJO ALIMENTAR



## **Pet Creation & Sale**

Criação  
e Venda  
de Animais



## **Pet Food**

Alimentos  
para Pets



## **Pet Vet**

Serviços  
Veterinários



## **Pet Care**

Higiene,  
Beleza  
e Bem-estar



## **Pet Serv**

Serviços  
Diversos  
e  
Conveniência



## **Pet Accessories**

Acessórios  
para Pets



## **Pet Creation & Sale**

Criação  
e Venda  
de Animais

- Criação de raças específicas (canis e gatis profissionais)
- Venda direta de filhotes (em lojas físicas ou online)
- Adoção com taxa de manutenção/vacinas (ONGs e abrigos)
- Serviços de pedigree e registro genealógico (CBKC, FIFe, etc.)
- Certificação de saúde e laudos genéticos (exames e DNA)
- Consultoria para acasalamento e reprodução
- Treinamento básico para filhotes antes da entrega



## Pet Food

Alimentos  
para Pets

- Rações secas e úmidas (premium, super premium, naturais, veganas)
- Snacks e petiscos funcionais
- Suplementos e nutracêuticos (vitaminas, ômega 3, probióticos)
- Alimentação natural congelada ou desidratada (AN)
- Consultoria nutricional pet personalizada
- Planos de assinatura de entrega de ração
- Dietas clínicas (prescritas por veterinários)



**Pet  
Vet**

Serviços  
Veterinários

- Clínica geral e pronto atendimento
- Vacinação e controle de parasitas
- Exames laboratoriais e de imagem (sangue, raio-x, ultrassom, etc.)
- Cirurgias e internação
- Terapias alternativas (acupuntura, ozonioterapia, fisioterapia)
- Especialidades (oncologia, cardiologia, dermatologia, odontologia)
- Telemedicina veterinária
- Planos de saúde pet e seguro veterinário



## Pet Care

Higiene,  
Beleza  
e Bem-estar

- Banho e tosa (convencional, estética, raça específica)
- Hidratação e tratamento de pelagem
- Corte de unhas, limpeza de ouvidos e dentes
- SPA pet e massagem relaxante
- Pet fashion (acessórios, roupas, colônias)
- Serviços em domicílio (banho móvel)
- Day care com atividades sensoriais
- Ambientação com aromaterapia e musicoterapia

# Pet Serv (Serviços Diversos e Conveniência)



**Pet  
Serv**

Serviços  
Diversos  
e  
Conveniência

- Hospedagem e hotel pet (tradicional ou familiar)
- Creche e recreação diurna (pet day care)
- Adestramento (obediência, agilidade, comportamento)
- Passeadores profissionais (dog walkers)
- Transporte pet (táxi pet, viagens, viagens internacionais)
- Pet sitter (cuidador em casa)
- Clubes de assinatura (brinquedos, snacks, surpresas mensais)
- Plataformas de serviços (apps como DogHero, Pet Anjo, Zee.now)
- Localizadores GPS e dispositivos de monitoramento

# Pet Accessories (Acessórios para Pets)



## Pet Accessories

Acessórios  
para Pets

### Para passeio e transporte

- Guias, coleiras e peitorais (tradicional, antitração, fashion, reflexivos)
- Enforcadores, focinheiras e cintos de segurança
- Caminhas para carros e bolsas de transporte
- Carrinhos e mochilas para pets idosos ou pequenos
- Localizadores GPS e rastreadores inteligentes

### Para conforto e ambiente

- Camas, colchões e almofadas ortopédicas
- Casas (plástico, madeira, teladas, com isolamento térmico)
- Tapetes higiênicos (descartáveis e laváveis)
- Caixas de areia e sanitários portáteis
- Fontes de água com filtro
- Comedouros e bebedouros automáticos (com sensor ou timer)

### Para lazer e estímulo

- Brinquedos (mordedores, pelúcias, brinquedos inteligentes, de roer)
- Cat trees, arranhadores, túneis e plataformas
- Dispositivos interativos (dispensadores de ração, câmeras com laser)
- Bolas de enriquecimento ambiental

### Para estilo e vestuário

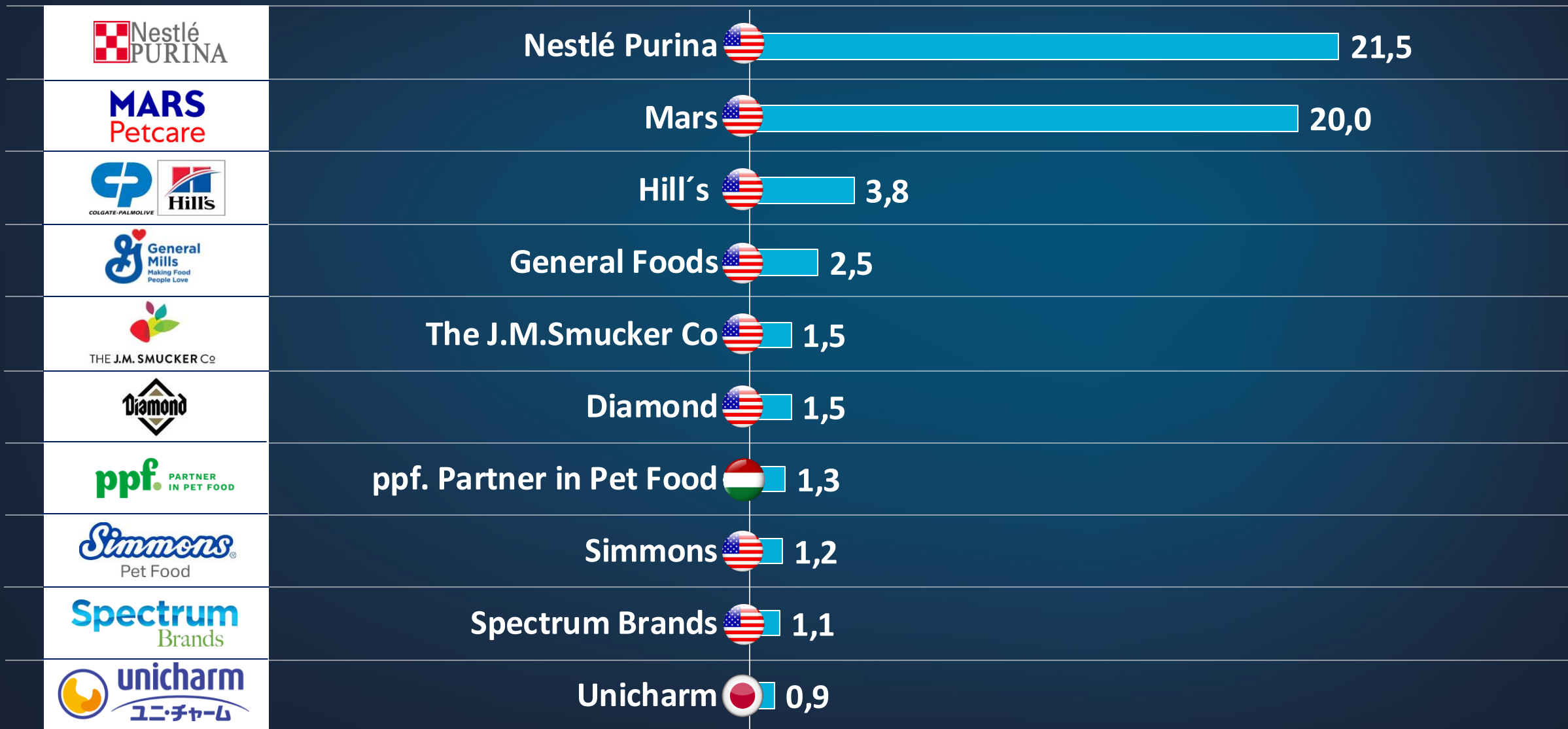
- Roupas (casacos, camisetas, fantasias)
- Botinhas, meias e sapatinhos
- Óculos, bandanas e laços
- Perfumes, colônias e acessórios estéticos

<b>1</b>	<b>DIMENSIONAMENTO DO MERCADO PET NACIONAL E INTERNACIONAL</b>
<b>2</b>	<b>PRODUTOS E SERVIÇOS PET</b>
<b>3</b>	<b>PRINCIPAIS FABRICANTES PET</b>
<b>4</b>	<b>VAREJO PET</b>
<b>5</b>	<b>PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO MERCADO PET</b>
<b>6</b>	<b>OPORTUNIDADES DO MERCADO PET PARA O VAREJO ALIMENTAR</b>

# Maiores fabricantes mundiais de ração para pet



Receita Líquida em US\$ (2023)



# Maiores fabricantes América Latina para pet



Faturamento 2023 R\$ Milhões (2023)



# Líderes de vendas de alimentos para cães nos supermercados no Brasil



**SUPERHIPER**  
MARÇO 2025 - ANO 51 - Nº 578  
ABRAS

## IMPULSIONE SEU NEGÓCIO COM AS MARCAS MAIS VENDIDAS DO PAÍS

Descubra as preferências dos consumidores que movimentam as gôndolas do setor. A 26ª Pesquisa Líderes de Vendas, realizada em parceria com a NielsenIQ, mostra o que os shoppers mais consomem

**Páscoa**  
Novos hábitos de consumo marcam o comportamento do consumidor nesta época

**Formato em expansão**  
Mercados autônomos despontam como grandes oportunidades de negócio

LÍDERES DE VENDAS SUPERMERCADOS  
2025  
ABRAS

bazar | líderes de vendas



## Líderes de vendas

### Alimento para Cães (úmido/semiúmido)

#### BRASIL

- 1ª PEDIGREE/MARS
- 2ª DOG CHOW/NESTLÉ
- 3ª CHAMP/MARS
- 4ª KELDOG/KELCO
- 5ª SPECIAL DOG/MANFRIM

Participação Top 5

95,8%



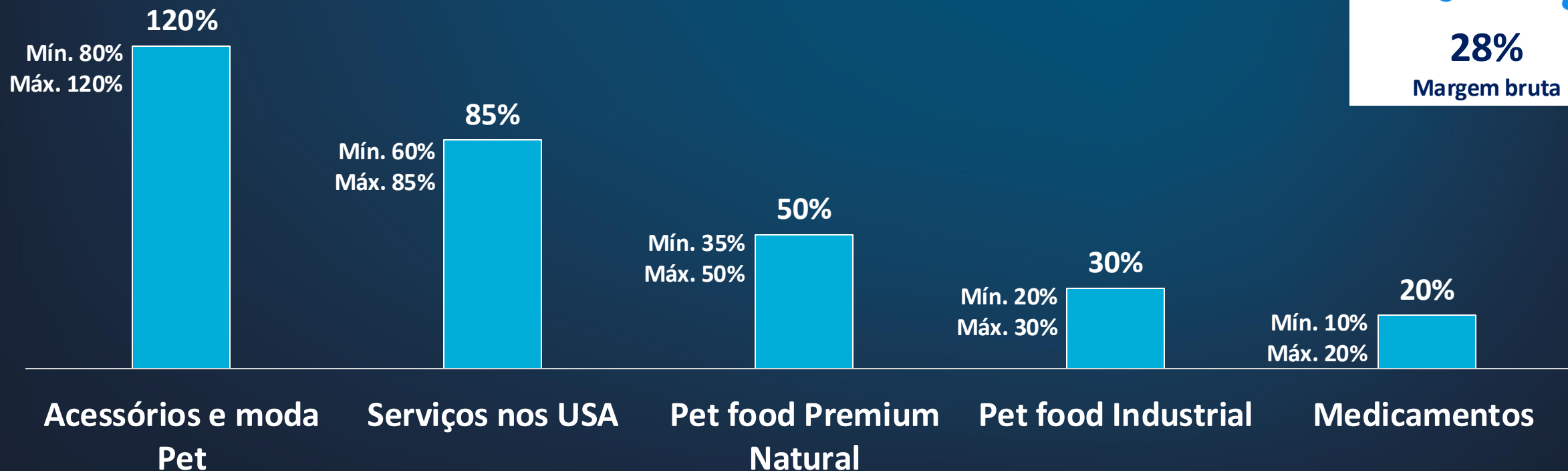
<b>1</b>	<b>DIMENSIONAMENTO DO MERCADO PET NACIONAL E INTERNACIONAL</b>
<b>2</b>	<b>PRODUTOS E SERVIÇOS PET</b>
<b>3</b>	<b>PRINCIPAIS FABRICANTES PET</b>
<b>4</b>	<b>VAREJO PET</b>
<b>5</b>	<b>PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO MERCADO PET</b>
<b>6</b>	<b>OPORTUNIDADES DO MERCADO PET PARA O VAREJO ALIMENTAR</b>

# Margem bruta média do varejo pet global



Nos EUA, a Chewy, por exemplo, tem margem bruta próxima de 28%, mas investe fortemente em fidelização e frete grátis, o que reduz a margem líquida para cerca de 1 a 3%.

## MARGEM BRUTA MÉDIA DOS PRODUTOS E SERVIÇOS NO VAREJO PET GLOBAL

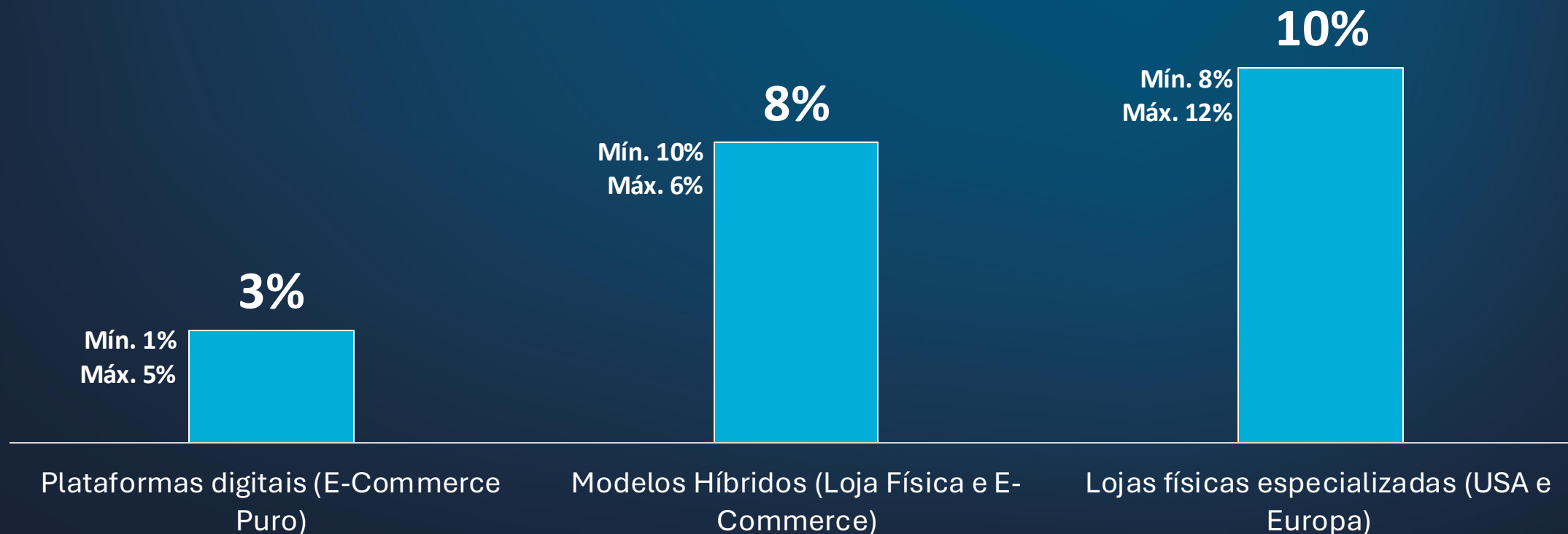


# Margem líquida por tipo de canal do varejo pet global ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

- Mix de produtos, mais acessórios e serviços = margens maiores
- Eficiência logística e de estoque
- Fidelização e programas de assinatura
- Capacidade de operar marcas próprias e integração com serviços veterinários (cross-sell).



## MARGEM LÍQUIDA MÉDIA DOS PRINCIPAIS CANAIS NO VAREJO PET GLOBAL



# Principais características dos canais pet no mundo

Europa e Brasil apresentam alta desconcentração de poder econômico através de pequenos pet shops enquanto que China e USA concentram as vendas nos marketplaces e e-commerce

## Brasil



- Pequenos Pet shops representam 50% do mercado
- Seguido de clínicas e hospitais, mega stores, agrolojas e supermercados

## Estados Unidos



**chewy**

**amazon**

## China



 **JINGDONG**

**天猫**   
**TMALL.COM**

## Europa



- Modelo de lojas de bairro + supermercados é dominante
- Cresce o uso de clube de assinaturas e alimentação personalizada

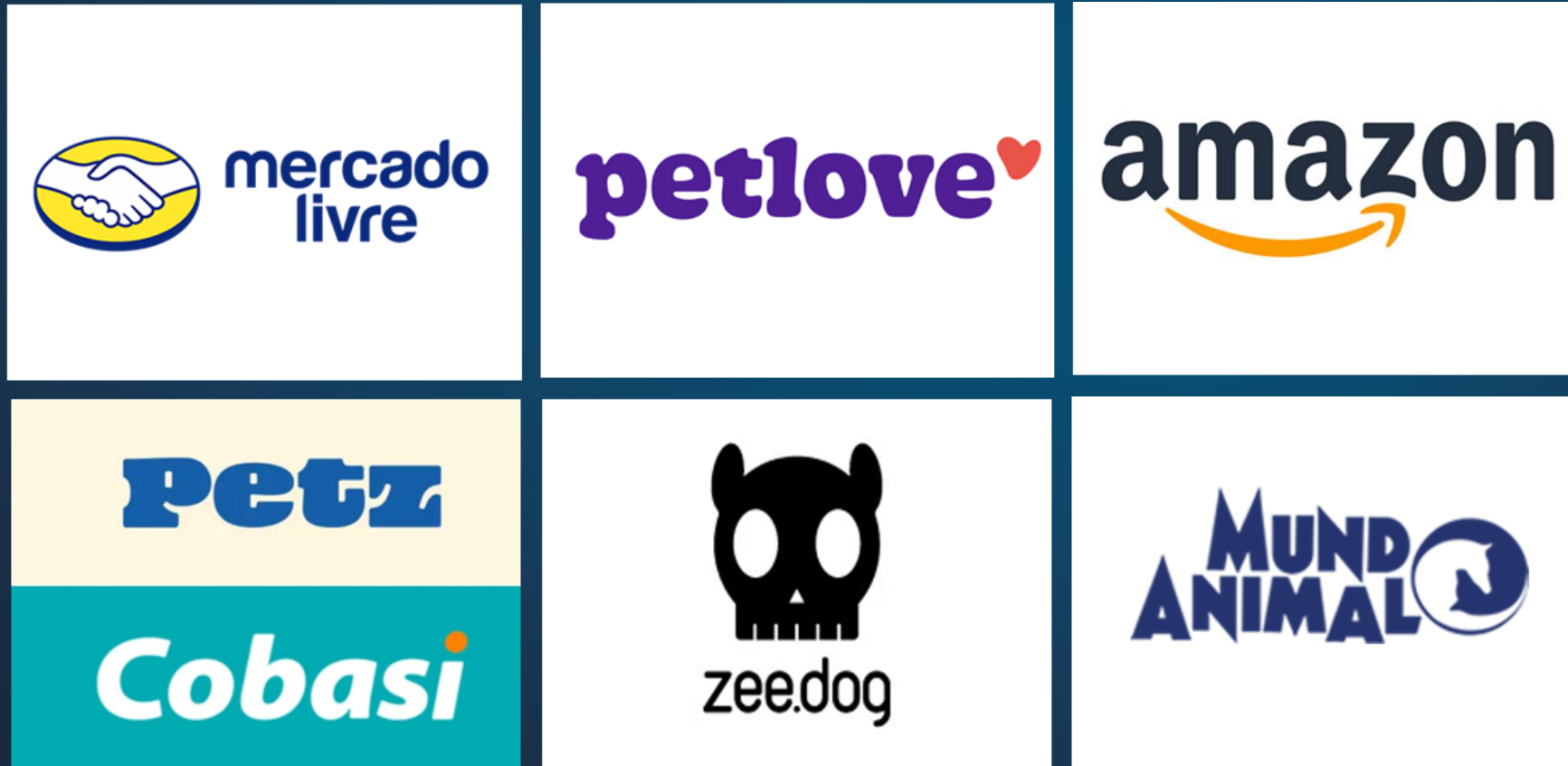
# Varejo PET no Brasil



# E-Commerce, marketplaces e canais digitais



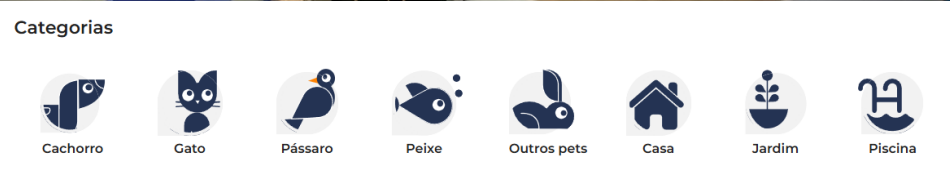
- Grande parte das compras recorrentes (rações e medicamentos) migrou para canais digitais.
- Marketplaces como Mercado Livre, Amazon e Petlove ganham participação.



# Mega store pet Brasil



Petz e Cobasi formam a maior rede de Mega Store Petz do Brasil com 500 lojas em 140 cidades com receita de R\$ 7 bilhões (9 a 10% do varejo pet nacional) ou 9,3% a 9,4% do mercado pet total no Brasil, estimado em R\$ 77 bilhões (2024).

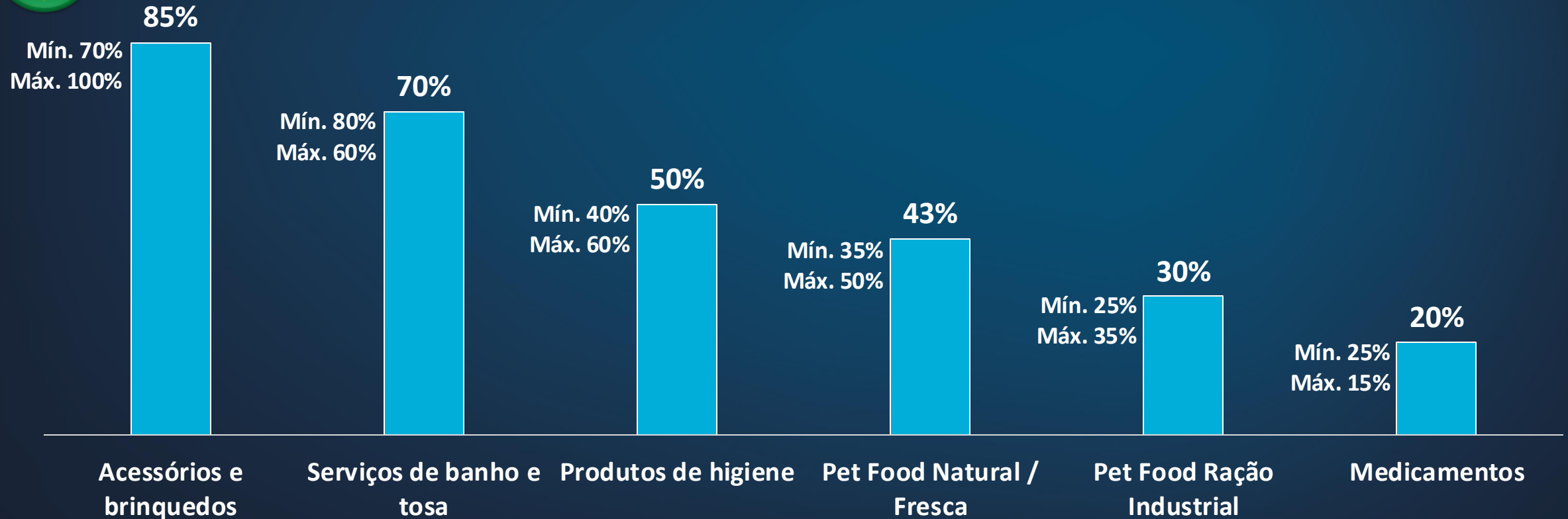


# Margem líquida dos produtos e serviços no varejo pet ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

O pet food, apesar de ter baixa margem, representa +50% do faturamento, pressionando a rentabilidade. Serviços e acessórios têm margens altas, mas menor volume. A venda de marcas próprias pode elevar as margens em até 20 pontos percentuais.



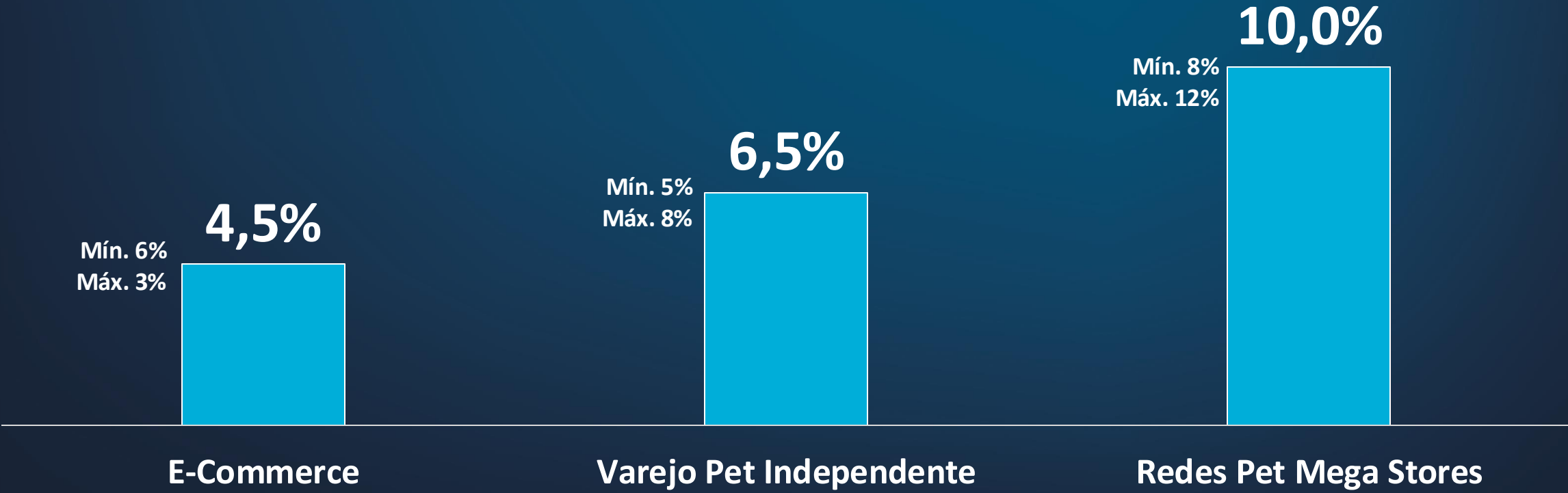
## MARGEM LÍQUIDA MÉDIA DOS PRODUTOS E SERVIÇOS DO VAREJO PET NO BRASIL



# Margem líquida do varejo pet Brasil por canal



## MARGEM LÍQUIDA MÉDIA DOS CANAIS DO VAREJO PET NO BRASIL



Fonte: Instituto PET Brasil – Anuário 2024

# Características típicas dos estabelecimentos pet no Brasil

no Brasil



## FATURAMENTO MÉDIO MENSAL POR CANAL PET BRASIL (R\$)

- Acima de 750.000,00
- Cobertura do mix: 90%
- Acima de 20 colaboradores

**750.000,00**

- Mín. 250.000,00
- Máx. 750.000,00
- Cobertura do mix: 75%
- Acima de 20 colaboradores

**500.000,00**

- Mín. 100.001,00
- Máx. 250.000,00
- Cobertura do mix: 50%
- De 5 a 19 colaboradores

**175.000,00**

- Mín. 600.000,00
- Máx. 100.000,00
- Cobertura do mix: 30%
- Até 4 colaboradores

**80.000,00**

- Mín. 450.000,00
- Máx. 750.000,00
- Cobertura do mix: 30%
- Acima de 10 colaboradores

**600.000,00**

**Mega Stores Nacionais**

**Mega Stores Regional**

**Pet Shop Médio Porte**

**Pet Shop Loja de  
Vizinhança**

**Hospitais Veterinários**

# Perfil típico do varejo pet no Brasil



Margem líquida é diretamente impactada pelo modelo de gestão e mix de produtos

- Quanto mais serviços e acessórios (alta margem), melhor a rentabilidade.
- Marcas próprias são uma alavanca crítica para grandes redes (em média, geram +20pp em margem bruta sobre produtos equivalentes).
- Lojas pequenas ganham no relacionamento, mas perdem em escala e margem operacional.
- Grandes redes compensam margens menores com volume e fidelização.

Indicador / Modelo	Loja Independente (pequena)	Loja de Médio Porte (rede local)	Grande Rede (Petz/Cobasi)
Faturamento mensal médio	R\$ 60 mil	R\$ 250 mil	R\$ 3 milhões
Pet food na composição (%)	65%	55%	50%
Margem bruta média	35%	40%	45%
Custo operacional (folha, aluguel, etc.)	28%	30%	35%
Margem líquida estimada	5% a 8%	7% a 10%	8% a 12%
Serviços (banho/tosa) como % do faturamento	10%	15%	20%
Marca própria no mix	Não possui	Pontual	Até 25% do mix
Canal digital integrado	Não	Parcial	Sim (omnicanal)
CAC (custo de aquisição por cliente)	Baixo (orgânico/local)	Médio	Alto (marketing + digital)
Ticket médio (aproximado)	R\$ 70	R\$ 90	R\$ 110

# Principais alavancas para elevar as margens no varejo pet nacional



**1**

**Adicionar serviços de alto valor agregado (banho/tosa, clínica, planos de fidelidade).**

**2**

**Trabalhar marcas próprias ou exclusivas para ganhar margem.**

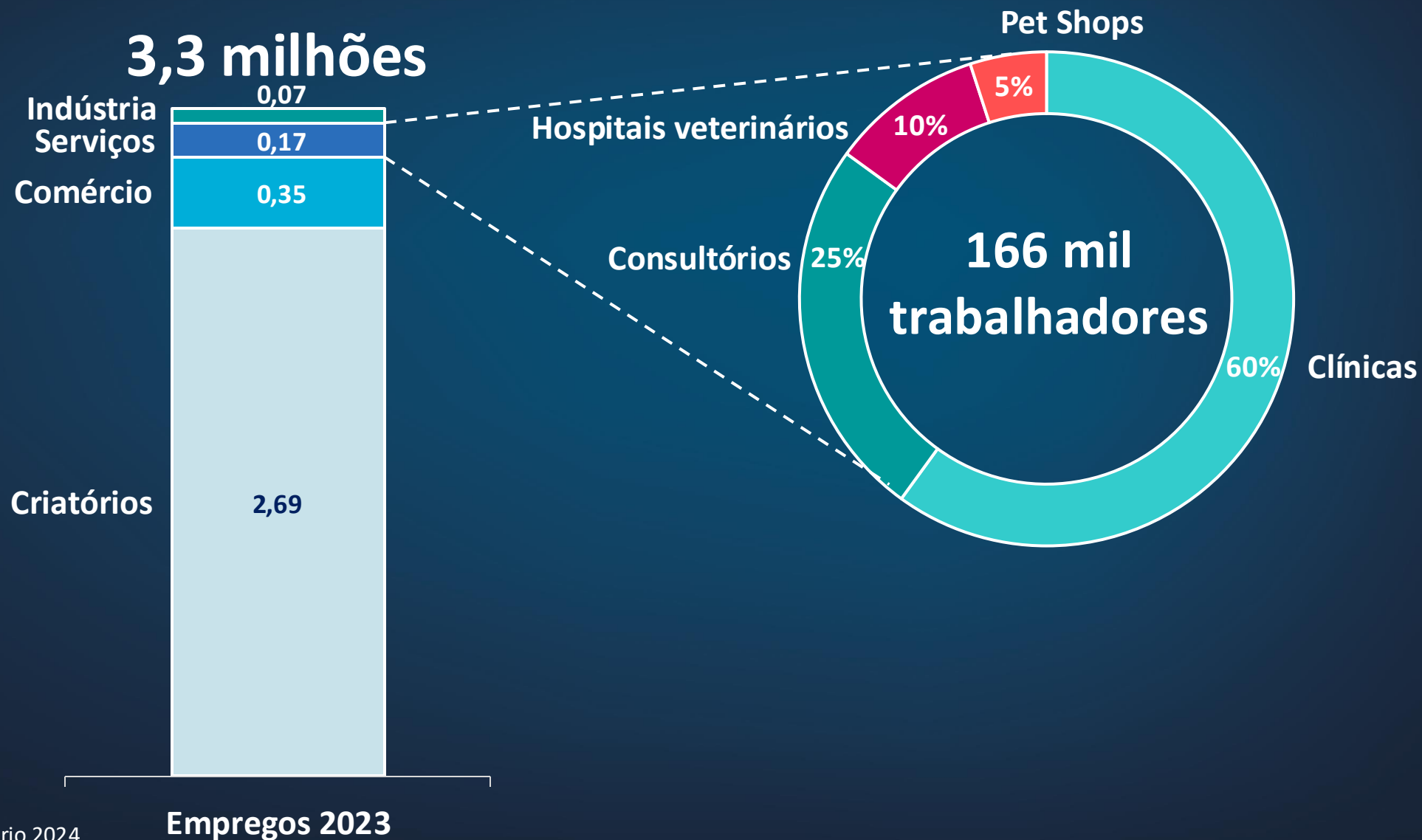
**3**

**Investir em canal digital com CRM e dados de recompra, principalmente se houver entrega local.**

# Empregos no mercado pet Brasil



O varejo pet no Brasil emprega 3,3 milhões de trabalhadores



<b>1</b>	<b>DIMENSIONAMENTO DO MERCADO PET NACIONAL E INTERNACIONAL</b>
<b>2</b>	<b>PRODUTOS E SERVIÇOS PET</b>
<b>3</b>	<b>PRINCIPAIS FABRICANTES PET</b>
<b>4</b>	<b>VAREJO PET</b>
<b>5</b>	<b>PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO MERCADO PET</b>
<b>6</b>	<b>OPORTUNIDADES DO MERCADO PET PARA O VAREJO ALIMENTAR</b>



## Alimentação natural e funcional

- Ingredientes frescos e minimamente processados
- Promove a saúde e o bem-estar do animal
- Carnes, legumes, verduras e cereais;
- Necessidades nutricionais específicas de cada pet, sem adição de corantes, conservantes ou aditivos químicos.



## Serviços personalizados

- Planos de saúde
- Creches
- Day care
- Modelos de assinatura para ração, banho e medicamentos
- Premiumização dos produtos e serviços personalizados
- Expansão dos serviços integrados (pet shop + clínica + estética)



## Digitalização do varejo pet

- E-commerce e Marketplaces
- Omnicanalidade
- Plataformas e apps de serviços
- Experiência personalizada com dados
- Conteúdo e influência digital
- Dados e CRM para fidelização e cross-sell



## Sustentabilidade e rastreabilidade

- Produtos Sustentáveis
- Redução de emissão de carbono
- Embalagens ecológicas
- Economia circular e consumo consciente
- Transparência como fator de escolha de marca



## Pet techs e wearables

- Monitoramento de saúde
- Identificação (Chip / RG)
- Rastreadores GPS
- Rastreadores de atividades
- Alimentadores Automáticos
- Câmeras interativas



# ≡ ALIMENTAÇÃO ≡ NATURAL

TRAZ BENEFÍCIOS, MAS  
TAMBÉM EXIGE CUIDADOS

# Grandes fabricantes de alimentos para pets entram no mercado de alimentos frescos



## Colgate-Palmolive entra no mercado de alimentos frescos para animais de estimação com a aquisição da Prime100

O presidente, presidente e CEO da Colgate, Noel Wallace, descreveu o Prime100 como “um ativo de ração fresca para cães, lucrativo e de alto crescimento”.

19 de fevereiro de 2025



**exame.**

## Indústria 4.0 e comida para pet: A aposta bilionária da Nestlé no Brasil

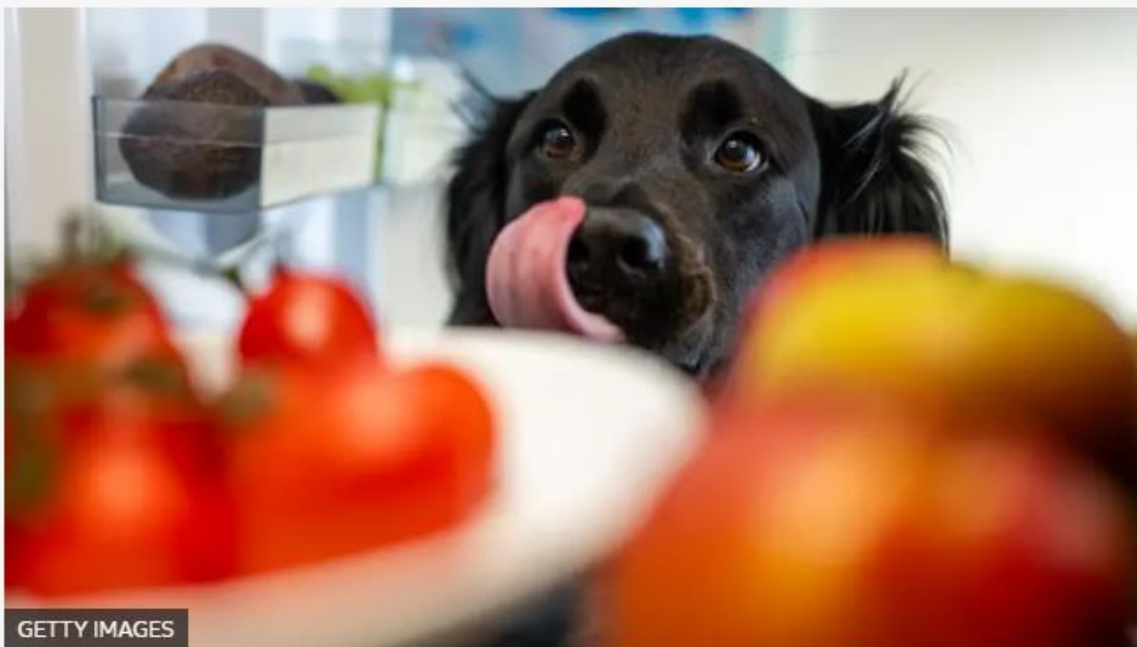
Gigante anunciou aporte de R\$ 1,8 bilhão no Brasil; 730 milhões de reais vão para a construção de uma nova fábrica da Purina



Fábrica da Nestlé em Caçapava, São Paulo: produção com robôs inteligentes (Germano Lüders/Exame)



## Os donos de pets que gastam com comida 'de gente' para seus bichos



GETTY IMAGES

### Pets e Curiosidades

#### Alimentação natural para pets cresce no Brasil e movimenta mercado com gastos de até R\$ 2 mil por mês

Comida feita com ingredientes frescos e proteínas nobres melhora a saúde dos pets e movimenta um mercado em crescimento; especialistas alertam para necessidade de supervisão veterinária



Por Equipe Cães&Gatos  
23 abril 2025 | Última atualização - 14:00



# Alimentos frescos para animais



**ABRAS** ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA DE  
SUPERMERCADOS



# Alimentos frescos para animais



# Dimensionamento do mercado de alimentos frescos para pets no Brasil



**Faturamento  
estimado  
de R\$ 800 milhões  
a R\$ 1 bilhão**



**Crescimento anual  
composto (CAGR):  
30% a 40%**



**Representa ainda  
menos de 2%  
do mercado total  
de pet food, mas  
com alto potencial  
de expansão**

# Características do mercado de alimentos frescos para pets no Brasil



**Foco em produtos naturais formulados com carnes frescas, legumes e vegetais**



**Vendidos refrigerados ou congelados**



**Apresentados como refeições prontas, porcionadas conforme peso e porte do pet**

# Perfil dos consumidores de alimentos frescos para pets no Brasil



**Donos de pets  
das classes A e B**



**Percepção de saúde  
e bem-estar como  
prioridade**

**Pet tratado como  
“membro da família”**



**Alta disposição a pagar  
por alimentos funcionais,  
hipoalergênicos,  
sem conservantes  
e com ingredientes  
de origem controlada**

# Principais canais de distribuição de alimentos frescos para pets no Brasil



**E-commerce direto  
ao consumidor (D2C)  
com entrega  
refrigerada**



**Pet shops premium**



**Assinaturas  
com planos  
personalizados**



**Clínicas veterinárias  
e serviços  
de nutrição pet**

# Humanização dos Pets



- 2/3 dos donos de pets no mundo consideram que os pets são membros da família;
- 34% dos americanos preferem seus pets a seus filhos;
- 45% dos donos de cães e gatos do Reino Unido adquirem pets por amor e afeto.



## Consequências da humanização aos animais:

- Não tolera outros animais;
- Agressivo com pessoas;
- Tudo é meu!
- Destruição de objetos
- Lambe-lambe nas patas
- Depressão canina

### Pets e Curiosidades

#### Pets podem estar adoecendo por causa da humanização

Problema começa quando o “cuidado” impede animais de viver de acordo com sua espécie



Por Equipe Cães&Gatos  
7 junho 2023 | Última atualização - 10:33



# Entretenimento pet

- Streaming: USD 606,8 bilhões até 2032, crescendo a uma taxa anual composta de 21,6 %
- Pet Music: USD 414,4 milhões até 2035, crescendo a uma taxa anual de  $\approx 10\%$  entre 2025–2035
- Canais de influenciadores, conteúdo digital pet nas redes.
- Spotify for Pets: playlists personalizadas baseadas na espécie e personalidade do animal.
- Relax My Dog / Relax My Cat: canais com milhões de seguidores e conteúdo em loop.



# Mercado editorial pet



O mercado editorial pet mundial é estimado em US\$ 4 a 5 bilhões anuais considerando livros e revistas, e no Brasil, entre R\$ 100 e 120 milhões.

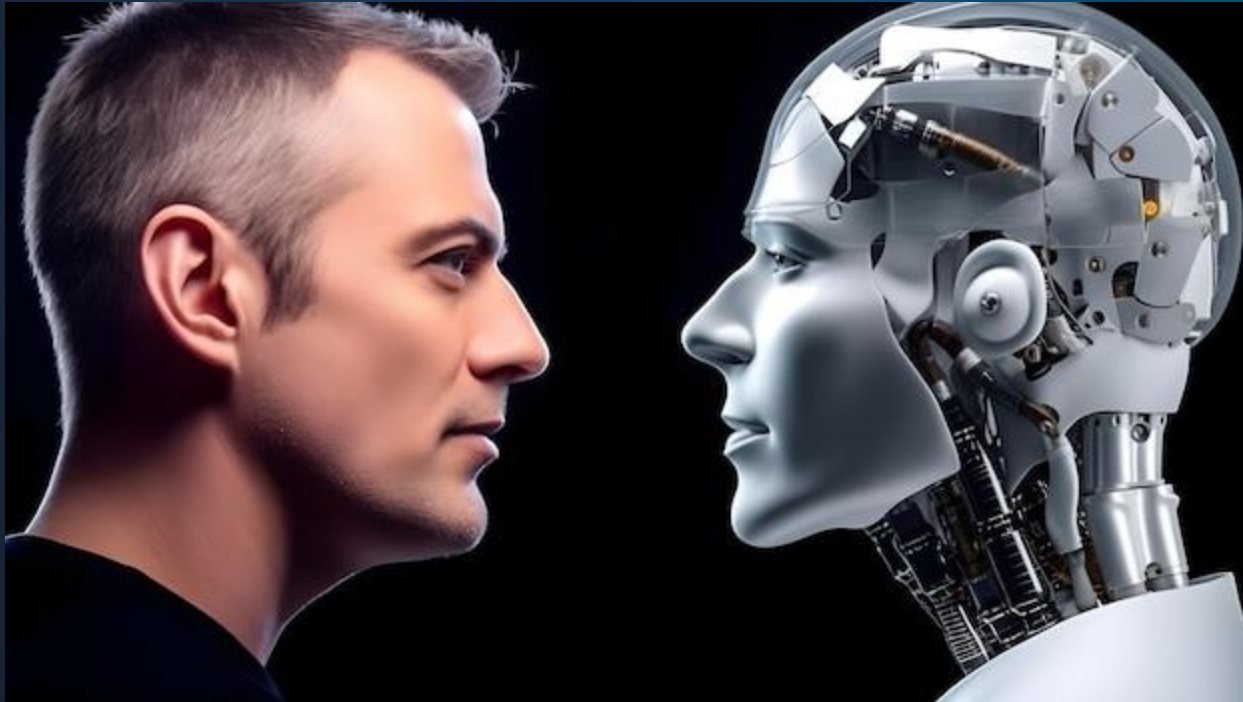


# Robotização dos humanos e pets robôs



Integração crescente de tecnologias robóticas, algoritmos e automação na vida humana (como próteses inteligentes, neurochips) quanto no comportamento (interação com IA, automação de rotinas, algoritmos que influenciam decisões).

Dispositivos robóticos com forma, comportamento ou função de animais de estimação, desenvolvidos para simular vínculo emocional, prover companhia ou substituir a posse de um pet vivo.





O mercado global de robopets é de US\$ 2,5 bilhões (2024), com crescimento anual (CAGR) 9% a 13% (até 2030)  
Principais mercados Japão, EUA, Coreia, Alemanha e Brasil. Nicho emergente, alta em SP e RS.



## Entretenimento

Inteligência artificial, interatividade, personalidade única. reconhecimento facial, aprendizado de truques e comandos, e até mesmo a capacidade de "patrulhar" a casa como um cão de guarda.



## Saúde mental

Utilizados para combater solidão em grandes centros urbanos.



## Educação

Ferramenta para crianças e crianças neurodivergentes (ex: autismo).



# Cães de trabalho

Cães de trabalho que são treinados para realizar uma variedade de tarefas específicas que auxiliam humanos, como cães-guia, cães de busca e salvamento, cães farejadores, cães de serviço para pessoas com deficiência e cães de terapia para apoio emocional. Os animais passam por até dois anos de treinamento e podem custar R\$ 72 mil



## Cães de serviço de guia

Auxílio a pessoas com deficiência

- Golden Retriever
- Labrador Retriever
- Pastor Alemão.



## Cães de segurança e de proteção

Polícia, guarda e combate ao tráfego de drogas

- Pastor Alemão
- Rottweiler
- Pit Bull



## Resgate e busca

Localização de pessoas em diversas situações, como desastres naturais, afogamentos ou desaparecimentos

- Labrador Retriever
- Bloodhound



## Cães de apoio emocional e terapêutico

Conforto e ajuda em problemas de saúde

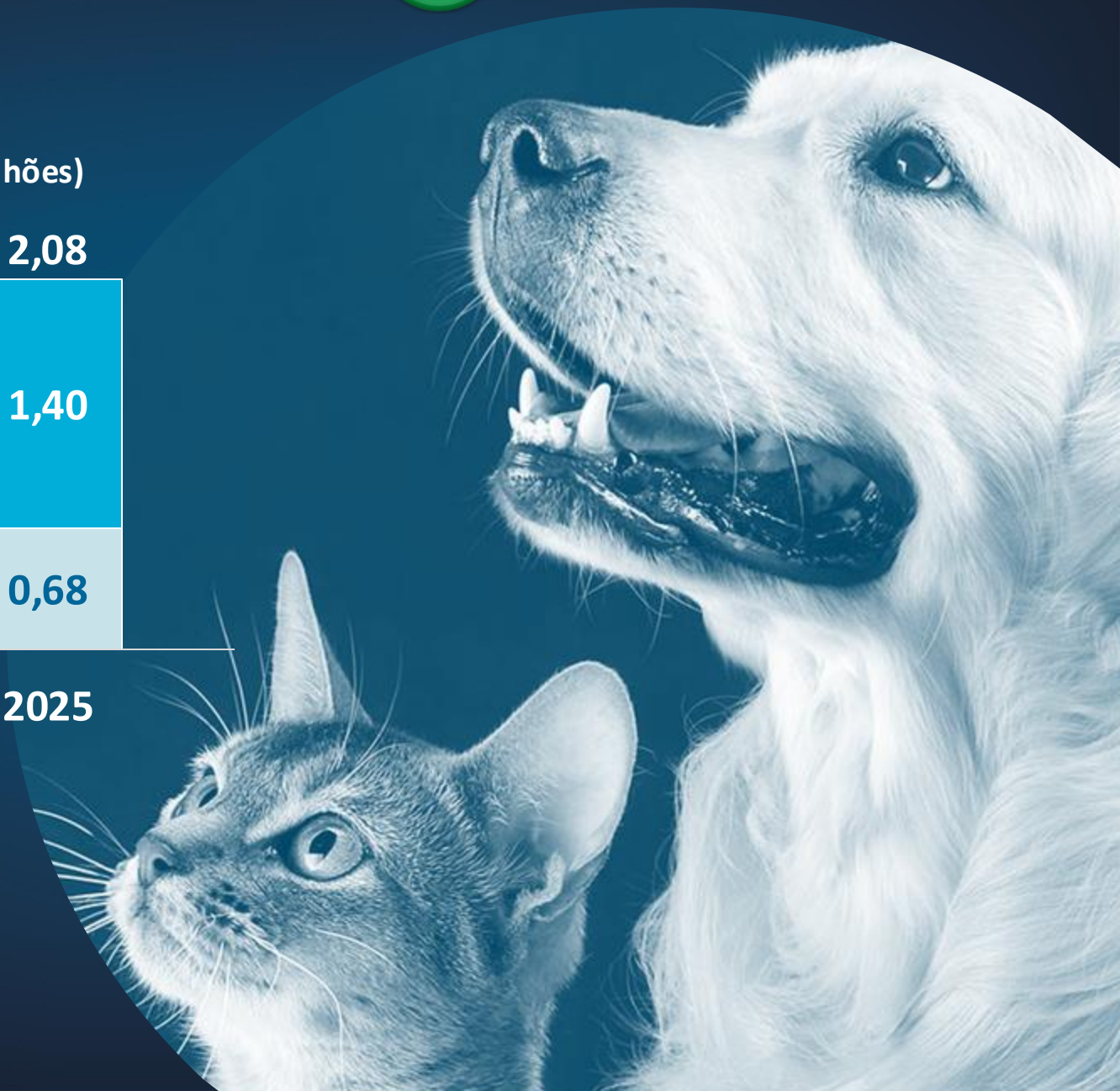
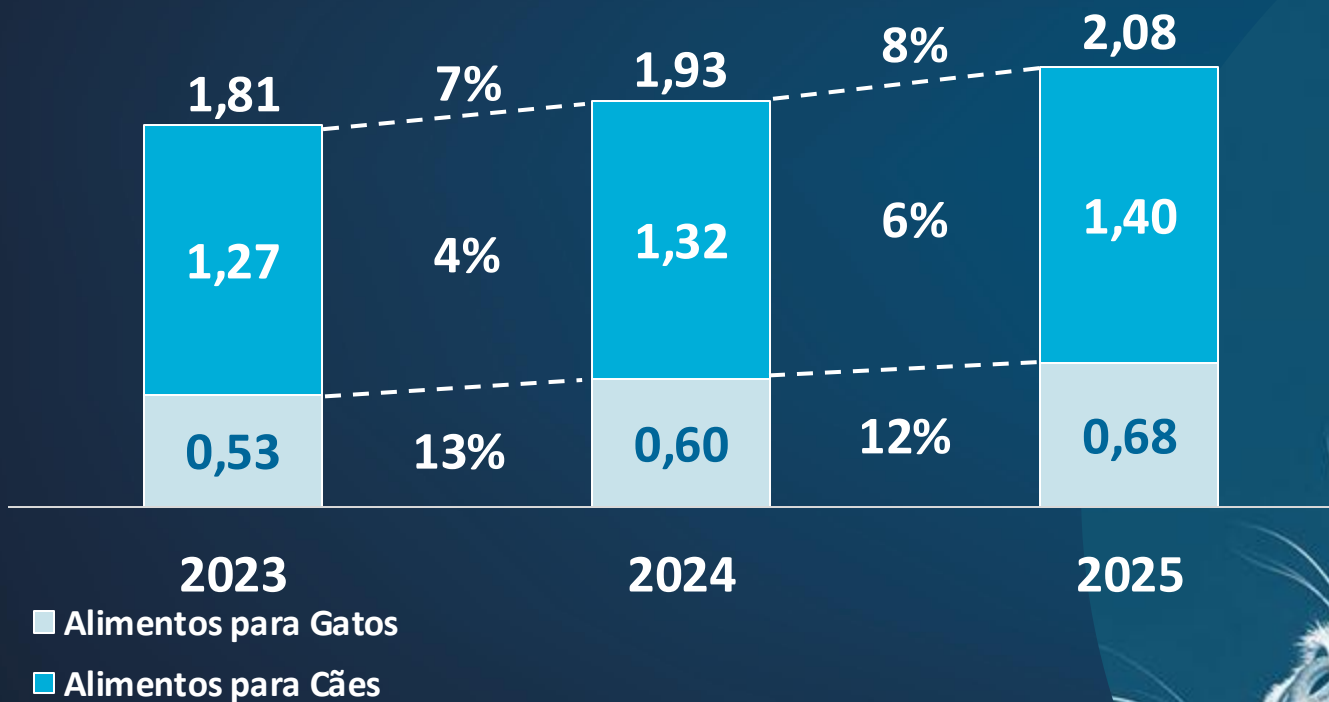
- Qualquer raça com temperamento dócil.

<b>1</b>	<b>DIMENSIONAMENTO DO MERCADO PET NACIONAL E INTERNACIONAL</b>
<b>2</b>	<b>PRODUTOS E SERVIÇOS PET</b>
<b>3</b>	<b>PRINCIPAIS FABRICANTES PET</b>
<b>4</b>	<b>VAREJO PET</b>
<b>5</b>	<b>PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO MERCADO PET</b>
<b>6</b>	<b>OPORTUNIDADES DO MERCADO PET PARA O VAREJO ALIMENTAR</b>

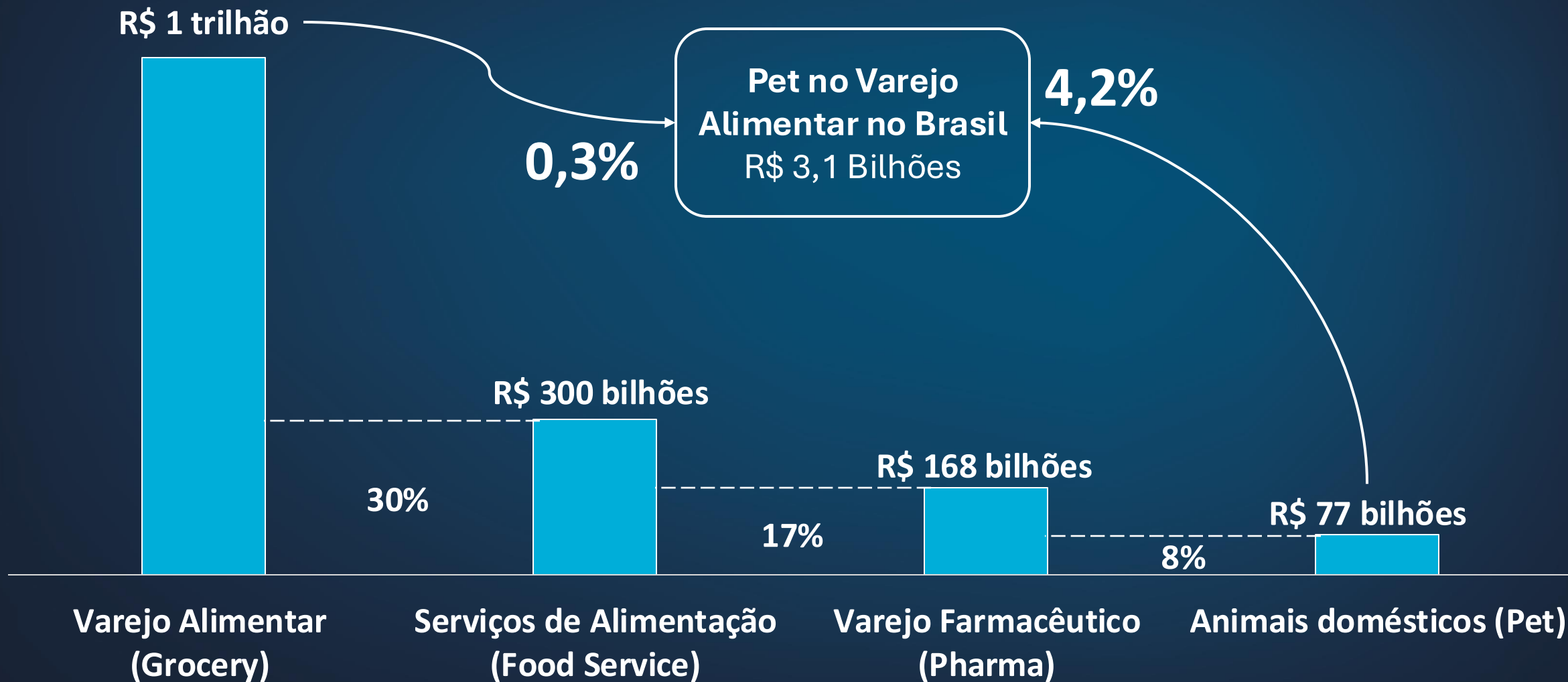
# A categoria pet apresenta crescimento no varejo alimentar no Brasil



CRESCIMENTO DA CATEGORIA ALIMENTOS PARA PET NOS SUPERMERCADOS NO BRASIL (R\$ Bilhões)



# O varejo alimentar captura apenas 4,2% do mercado pet brasileiro



# Oportunidade para ampliar a participação do varejo alimentar no mercado pet



# Oportunidades do mercado pet para o varejo alimentar



1

**Aumento do ticket médio e margem de contribuição**

- Produtos de maior valor agregado: alimentação natural é mais cara que rações tradicionais.
- Clientes dispostos a pagar mais por qualidade, frescor e saudabilidade para seus pets.
- Margem bruta superior em relação a produtos industrializados, especialmente em marcas próprias ou parcerias exclusivas.

2

**Ampliação do "share of life"**

- Garante presença do varejo na rotina alimentar dos pets, que são membros da família.
- Fideliza consumidores, criando uma jornada mais completa: "alimento para toda a família, incluindo o pet".
- Possibilita ações combinadas: cestas familiares + alimentação pet, promoções cruzadas, clubes de vantagens.

3

**Diferenciação de mercado e posicionamento de marca**

- Alinha a marca do varejista a tendências de saúde, bem-estar e sustentabilidade.
- Pode ser explorado como inovação no portfólio, atraindo um público premium e moderno.
- Permite competir com pet shops e e-commerce especializados.

4

**Sinergias com estrutura existente**

- Aproveitamento da cadeia de suprimentos refrigerada/fresca já existente para alimentos humanos.
- Possibilidade de produção interna (cozinhas industriais, centrais de produção) para produtos frescos prontos ou congelados para pets.
- Capacidade logística adaptada para produtos perecíveis.

5

**Engajamento emocional e social**

- Pets têm forte apelo emocional; alimentar bem um animal é um gesto de amor.
- Produtos naturais permitem comunicação afetiva e educativa (sem corantes, frescos, balanceados).
- Pode gerar projetos sociais (doação, adoção, campanhas) com forte impacto reputacional.

6

**Potencial de marca própria ou curadoria exclusiva**

- Desenvolvimento de marca exclusiva de alimentação natural pet pode aumentar rentabilidade e fidelidade.
- Parcerias com chefs, nutricionistas ou veterinários geram autoridade e confiança.
- Criação de linhas premium e gourmet com storytelling (como ocorre com alimentos humanos saudáveis).

7

**Captação de novos públicos**

- Atração de consumidores mais conscientes, jovens, solteiros e sem filhos (perfil em crescimento).
- Aumento da visita recorrente ao PDV ou app — consumo semanal ou quinzenal.

# Os supermercados que oferecerem marmitas naturais para cães com embalagens sustentáveis, receitas balanceadas e preço competitivo pode:



**1**

Fidelizar tutores exigentes que hoje compram em pet shops.

**2**

Criar uma nova rotina de compras  
(ex: delivery quinzenal junto com hortifrúti).

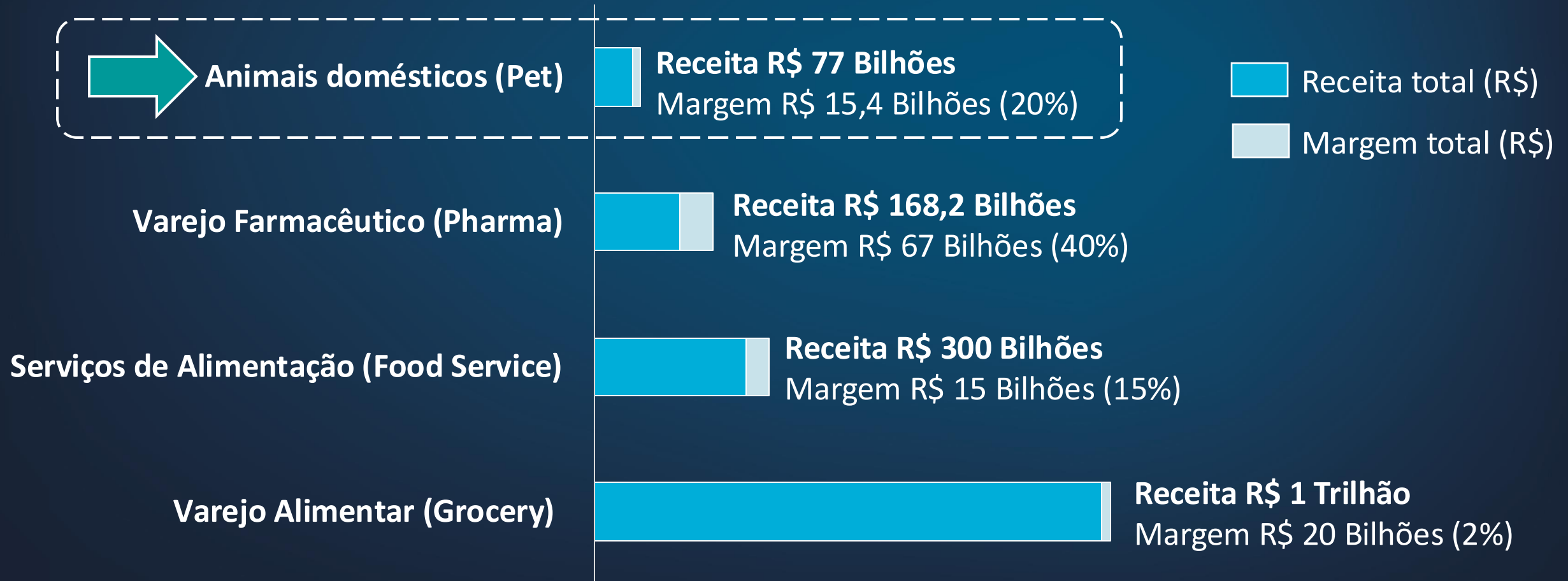
**3**

Gerar conteúdo para redes sociais e engajamento  
da comunidade pet local.

A ampliação do escopo do portfólio do varejo alimentar, oferece conveniência melhorando a vida do consumidor, e amplia a margem de contribuição.



### DIMENSIONAMENTO COMPARATIVO DE SEGMENTOS DE MERCADO POTENCIAIS AO VAREJO ALIMENTAR



# Agradecimentos

**ABINPET**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA  
DE PRODUTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO

 **INSTITUTO  
PET BRASIL**



# ABRAS

ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA DE  
SUPERMERCADOS

## Overview do Mercado PET 2025

