



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE VETERINÁRIA

O CRESCIMENTO DO MERCADO DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA ANIMAIS DE
COMPANHIA NO BRASIL

Porto Alegre

2020/2

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE VETERINÁRIA

O CRESCIMENTO DO MERCADO DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA ANIMAIS DE
COMPANHIA NO BRASIL

Autor: Milena Meyrer da Silveira

Trabalho apresentado à Faculdade de Veterinária
como requisito parcial para a obtenção da graduação
em Medicina Veterinária

Orientador: Paulo Dabdab Waquil

PORTO ALEGRE

2020/2

MILENA MEYRER DA SILVEIRA

O CRESCIMENTO DO MERCADO DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA ANIMAIS DE
COMPANHIA NO BRASIL

Trabalho apresentado à Faculdade de Veterinária
como requisito parcial para a obtenção da graduação
em Medicina Veterinária

Aprovado em 17/05/2021

APROVADO POR:

Professor Paulo Dabdab Waquil
Orientador e Presidente da Comissão

Professora Ana Paula Ravazzolo
Membro da Comissão

Pedro Henrique Sessegolo Ferzola
Membro da Comissão

RESUMO

Este trabalho aborda o crescimento recente do mercado pet brasileiro e o principal objetivo é fornecer uma visão ampla acerca do setor para profissionais da área. Utilizando-se de relatórios de instituições públicas e privadas, fez-se a avaliação dos dados relacionados ao quantitativo populacional, perfil de consumo nacional, balança comercial, etc. As diferentes regiões brasileiras apresentam distintos perfis populacional e de consumo, sendo o maior destaque para a região sudeste, mais especificamente o estado de São Paulo como maior polo consumidor. O Brasil possui significativa representatividade no mercado internacional, ocupando a segunda posição no *ranking* de maiores mercados mundiais em 2020. Mesmo em meio às incertezas econômicas que enfrentamos neste período de pandemia do COVID-19, o setor tem apresentado crescimento e as projeções econômicas são otimistas. Apesar de ser uma área promissora, é essencial a modernização e inovação em produtos e serviços para as empresas se manterem presentes neste campo.

Palavras-chave: mercado pet, animais de estimação, veterinária

ABSTRACT

This graduation final paper is about the recent growth of the Brazilian pet market and the main objective is to provide a general overview of the sector for professionals in the area. Using reports from public and private institutions, we reviewed the population quantity, national consumption profile, trade balance, etc. The Brazilian regions have different population and consumption profiles, emphasizing the southeast region, more specifically the state of São Paulo as the largest national consumer center. Brazil has significant representativeness in the international market, in 2020 was at the second position in the ranking of the largest world markets. Even in the economic uncertainties that we facing in this pandemic period of COVID-19, the sector has shown growth and the economic projections are optimistic. Although being a promising area, modernization and innovation in products and services are essential for companies to remain present in this field.

Keywords: pet market, pets, veterinary

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Classificação dos animais de estimação.....	11
Figura 2. Perfil dos proprietários de cães no Brasil conforme pesquisa IBOPE 2016.....	13
Figura 3. Perfil dos proprietários de gatos no Brasil conforme pesquisa IBOPE 2016.	13
Figura 4. Perfil dos entrevistados que não possuem pet, conforme pesquisa IBOPE 2016.	14
Figura 5. Crescimento da população pet brasileira total de 2013 a 2019.....	15
Figura 6. Crescimento da população de cães e aves canoras no Brasil de 2013 a 2019.	16
Figura 7. Crescimento da população de gatos, peixes ornamentais e outros, de 2013 a 2019.	17
Figura 8. Distribuição da população de cães e gatos nas regiões do Brasil.	18
Figura 9. Faturamento do mercado pet brasileiro de 2013 a 2020.	19
Figura 10. Comparativo da carga tributária entre Estados Unidos, Europa e Brasil.....	21
Figura 11. Evolução das exportações brasileiras de 2010 a 2019.	22
Figura 12. Evolução das importações brasileiras de 2010 a 2019.....	23
Figura 13. Taxa de câmbio comercial para venda: real (R\$) / dólar americano (US\$) - média anual.	23
Figura 14. Participação do Brasil e EUA no mercado pet mundial.....	24
Figura 15. Faturamento mundial do mercado pet.....	25
Figura 16. Perfil de escolha de alimentação de proprietários de cães e gatos conforme pesquisa	28
Figura 17. Volume da produção nacional de alimentos destinados para animais de estimação (em milhões de toneladas).....	29
Figura 18. Vendas do segmento pet <i>food</i> nas regiões brasileiras.....	30
Figura 19. Perfil de frequência de donos de cães e gatos no veterinário conforme pesquisa IBOPE 2016.....	32
Figura 20. Quantitativo de clínicas veterinárias registradas no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul.....	37
Figura 21. Quantitativo de hospitais veterinários registrados no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul.....	38
Figura 22. Quantitativo de consultórios veterinários registrados no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul.	38
Figura 23. Quantitativo de pet shops registradas no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul. .	39

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Crescimento do número (em milhões) de animais de estimação no Brasil de 2013 a 2019.	17
Tabela 2. Faturamento mundial total de 2013 a 2019.	25
Tabela 3. Participação e faturamento do setor <i>pet food</i> no mercado nacional.	28
Tabela 4. Venda de alimentos para animais de estimação no Brasil conforme a categoria para o ano de 2019.	29
Tabela 5. Participação e faturamento do setor Pet Vet no mercado de produtos e serviços para animais de estimação Brasil.	32
Tabela 6. Participação e faturamento do setor <i>Pet Care</i> no mercado de produtos e serviços para animais de estimação no Brasil.	33
Tabela 7. Participação do setor Pet Service no mercado nacional de produtos e serviços para animais de estimação.	35
Tabela 8. Número de médicos veterinários registrados no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul.	36
Tabela 9. Número de médicos veterinários registrados e atuantes no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul.	36

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES	Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social
CFMV	Conselho Federal de Medicina Veterinária
CNDL	Comissão Nacional de Dirigentes Lojistas
COFINS	Contribuição para Financiamento da Seguridade Social
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços
IN	Instrução Normativa
IPI	Imposto sobre Produtos Industrializados
IVA	Imposto Sobre Valor Agregado
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e do Abastecimento
OMC	Organização Mundial do Comércio
PIB	Produto Interno Bruto
PIS	Programa de Integração Social
SPC	Serviço de Proteção ao Crédito

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. MERCADO BRASILEIRO.....	11
2.1. Perfil dos tutores.....	12
2.2. População animal	14
2.2.1. Censo pet.....	14
2.2.2. Distribuição regional.....	17
2.3. Faturamento nacional	18
2.3.1. Comércio exterior.....	21
2.4. Brasil no cenário internacional.....	23
3. PET FOOD.....	26
4. PET VET.....	31
5. PET CARE.....	33
6. PET SERVICE	35
7. VETERINÁRIOS, CLÍNICAS, HOSPITAIS E CONSULTÓRIOS.....	36
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
Referências Bibliográficas	41

1. INTRODUÇÃO

As relações estabelecidas entre os seres humanos e os pets indicam como os animais de companhia assumiram maior importância na rotina das famílias modernas: animais participam das atividades familiares, viajam com seus tutores, frequentam *shopping centers*, restaurantes, etc. Essa interação foi se alterando ao longo do tempo, desde o início da domesticação. No nosso dia-a-dia, ainda observamos animais de trabalho exercendo suas habilidades em diferentes campos, como os cães farejadores, de assistência (para portadores de deficiência visual, auditiva, locomotora), pastoreio, terapia, dentre diversas outras. Mas em sua grande maioria, são animais de estimação, criados pelas famílias para companhia.

Kotrschal (2018) em sua pesquisa usa o termo “catalisadores sociais” para nomear essa característica que os animais de companhia têm de serem facilitadores de relações e sentimentos. O convívio diário dos pets conosco proporciona um aprendizado de dupla troca: ambos aprendem com os comportamentos de rotina do outro; e essa relação não é somente prática, é emocional também. Aos poucos essa interdependência emocional foi se construindo e, hoje em dia, as relações entre os pets e os humanos se assemelha àquelas estabelecidas entre familiares consanguíneos, como pais, filhos, irmãos, etc. (CABRAL; SAVALLI, 2020)

Esta maior importância dos animais de estimação dentro da estrutura familiar atual se reflete diretamente no quanto as famílias estão dispostas a gastar em cuidados com a saúde e medicação, alimentação, acompanhamento veterinário, etc. Além disso, houve um aumento na demanda de outros serviços como creche, hospedagem, *pet-spa*, *petstitter*, *dogwalker*. (ABINPET, 2015)

Os animais criados por motivos de companhia e de convívio com os seres humanos, são classificados como animais de estimação. Contudo, o mercado pet está inserido como um segmento dentro do agronegócio, relacionado com as atividades de criação, produção e comercialização de animais de estimação. (ABINPET, 2020)

O setor pet possui grande expressão dentro da economia mundial e no Brasil é observada a mesma tendência, onde o mercado de produtos e serviços destinado a animais de estimação vem marcando presença entre os setores de maior crescimento da economia brasileira. Ano após ano é observado um aumento da participação deste setor no Produto Interno Bruto Brasileiro (PIB).

Com o acompanhamento dos relatórios publicados pela ABINPET, Euromonitor e IPB, é possível verificar que o setor apresenta um crescimento contínuo. Em 2019 no Brasil, conforme o IPB (2020) o faturamento somado da indústria, serviços veterinários, serviços gerais e venda de animais, movimentou um total de R\$35,4 bilhões. Este valor representa um crescimento de 3% em relação a 2018. Para o ano de 2020, o IPB projetou um crescimento de 6%. Mesmo em meio à pandemia do novo coronavírus, onde diversos setores da economia tiveram suas receitas fortemente abaladas, o mercado pet foi na contramão desta tendência mundial e o Brasil passou a ocupar a segunda posição no ranking dos maiores mercados consumidores mundiais, perdendo apenas para os Estados Unidos, conforme o levantamento da Euromonitor International. (FORBES, 2020)

A maior importância dos animais de estimação nas famílias tem tornado promissor este mercado cada vez mais exigente, gerando emprego e renda para os empresários e trabalhadores do setor. A observação do comportamento e magnitude do mercado é extremamente importante para nortear decisões no âmbito profissional e financeiro, de veterinários e empresários.

O presente trabalho tem como objetivo principal conhecer melhor o crescimento recente do mercado pet brasileiro. Inicialmente serão abordados os dados gerais do mercado, o perfil de tutores e o perfil da população pet brasileira. Posteriormente, o trabalho apresenta os dados relacionados aos subsetores: *pet food*, *pet vet*, *pet serv* e *pet care*.

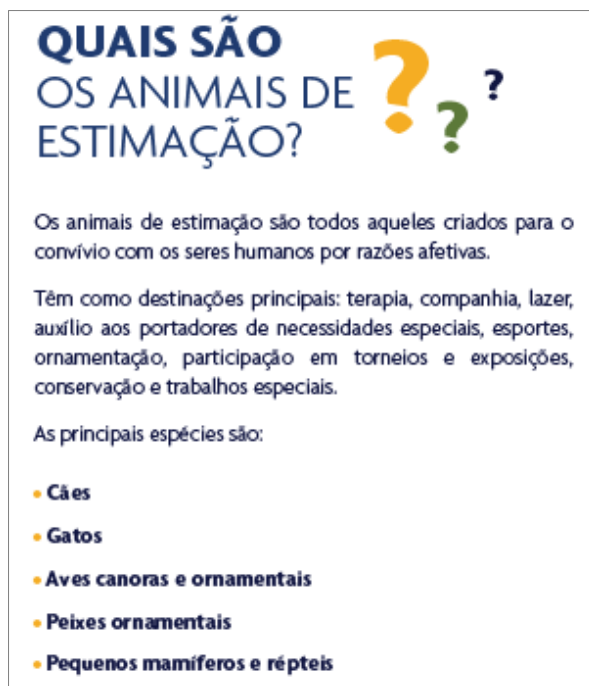
2. MERCADO BRASILEIRO

Na última década os grandes protagonistas mundiais da expansão do mercado pet, foram países em desenvolvimento como Brasil e China. O crescimento médio mundial tem ficado em torno de 3,5% ao ano. (IPB, 2020)

A notoriedade do setor de produtos e serviços para animais de estimação está intimamente ligada à importância dos pets nas famílias. Em 2020, pela primeira vez o Brasil ocupou a segunda posição no ranking dos maiores mercados pet a nível mundial, conforme dados da pesquisa da Euromonitor International. (FORBES, 2020)

Os animais de estimação são divididos em cinco grandes grupos, conforme apresentado na **Figura 1**: cães, gatos, aves canoras e ornamentais, peixes ornamentais, pequenos animais (répteis, pequenos roedores e pequenos mamíferos). Somente no Brasil, em 2019, o número estimado do total de pets foi de 141,6 milhões de animais. Deste total, 55,1 milhões são cães, 24,7 milhões de gatos, 19,4 milhões de peixes ornamentais, 40 milhões de aves canoras e ornamentais e 2,4 milhões de pequenos mamíferos. (ABINPET, 2020)

Figura 1. Classificação dos animais de estimação.



Fonte: ABINPET, 2019

A tendência da humanização dos animais de companhia traz um comportamento onde os tutores buscam produtos e serviços para seus pets, que sejam de qualidade igual ou superior às desejadas para si mesmos.

O mercado de produtos para animais de estimação pode ser dividido em quatro subcategorias, que, conforme a ABINPET (2020), são:

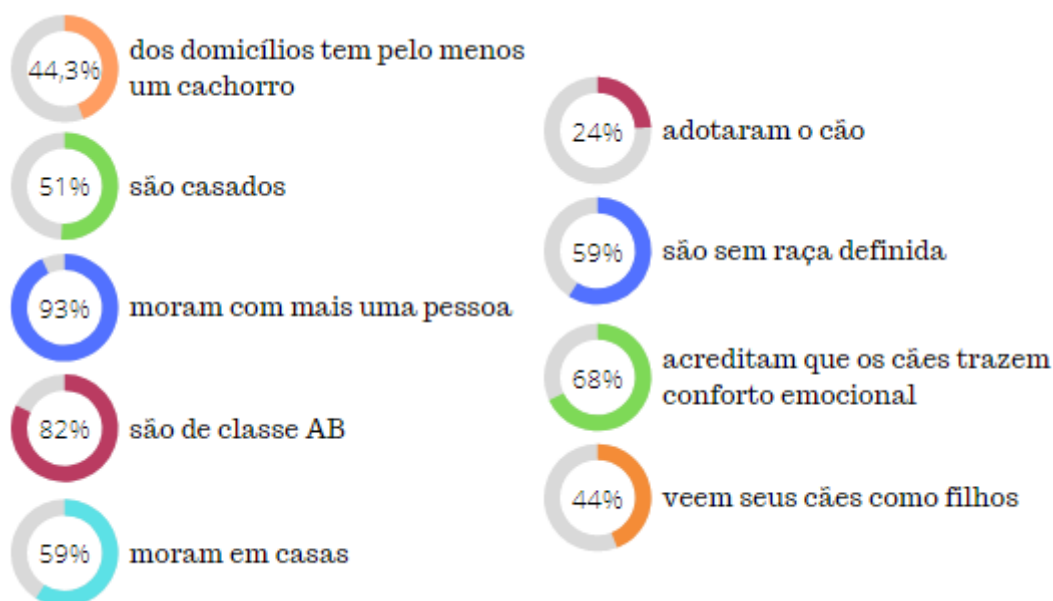
- *pet food*: compreende a alimentação, desde petiscos até alimentos completos;
- *pet care*: acessórios, produtos de beleza, equipamentos, etc;
- *pet vet*: consultas, exames, medicamentos veterinários, etc.
- *pet serv*: contempla a prestação de serviços como hospedagens, plano de saúde, creche, aplicativos, adestramento, etc.

2.1. Perfil dos tutores

O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) em 2016 traçou o perfil padrão de comportamento dos brasileiros na interação com seus pets. Foram avaliados tutores das duas categorias economicamente mais representativas: cães e gatos. Esta foi a primeira pesquisa desse tipo em nível nacional, onde inclusive foi avaliada a conexão emocional entre dos proprietários com os seus pets. (ESTADÃO, 2016)

Na **Figura 2** é apresentado o perfil de tutores de cães, levantado pela fase quantitativa da pesquisa. Eles têm em média 41 anos de idade, a maioria são homens e pertencentes às classes A e B. Na fase qualitativa, foram identificados três perfis de donos de cães: pragmáticos (relação racional com o cão), envolvidos (relação limitada a compartilhamento de áreas de uso comum) e os apaixonados (altos níveis de apego e dedicação). Os perfis predominantes foram os apaixonados e envolvidos, o que pode ser confirmado na fase qualitativa da pesquisa. (ESTADÃO, 2016)

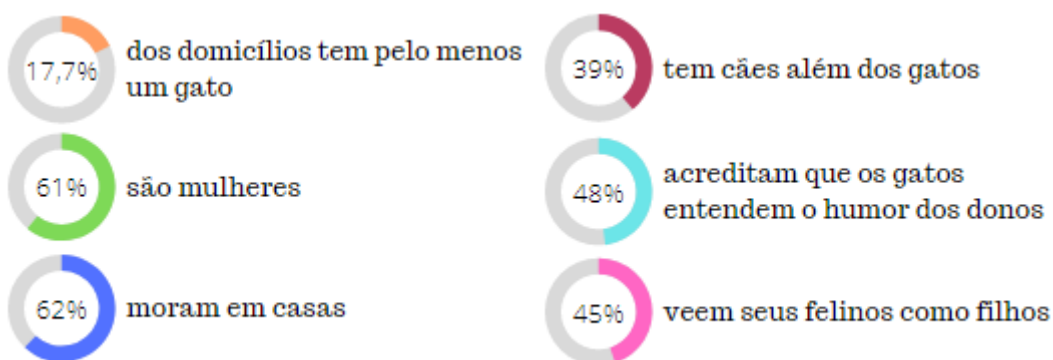
Figura 2. Perfil dos proprietários de cães no Brasil conforme pesquisa IBOPE 2016.



Fonte: Estadão, 2016.

Na **Figura 3** são apresentados os resultados da pesquisa com os tutores de gatos. Em sua maioria são mulheres, solteiras e pertencentes às classes B e C. Na fase qualitativa, identificaram três perfis de proprietários: apaixonados (também chamados de gateiros), resignados (que gostariam de ter um cachorro, mas escolheram um gato) e os convertidos (foram convencidos a ter e viraram fãs de gatos). As características felinas mais citadas foram em relação ao animal em si do que a representatividade emocional deles para os tutores, como por exemplo: gatos são mais independentes, menos *carentes*, se auto higienizam, etc. (ESTADÃO, 2016)

Figura 3. Perfil dos proprietários de gatos no Brasil conforme pesquisa IBOPE 2016.

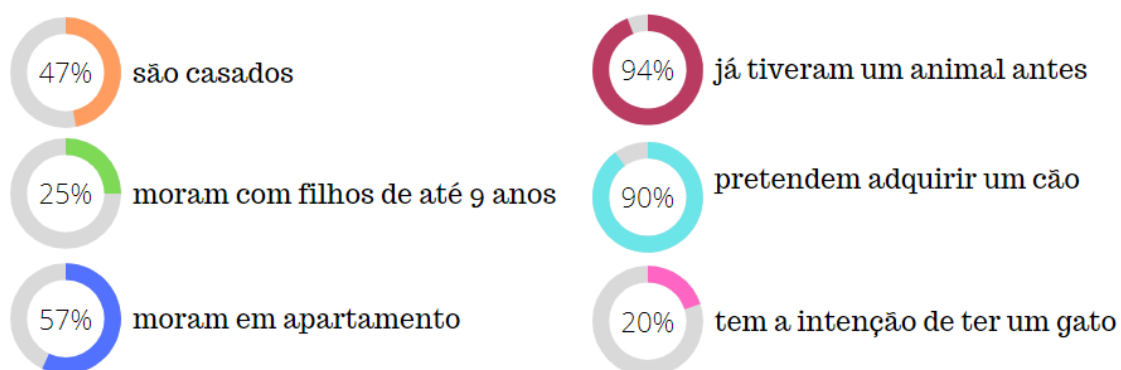


Fonte: Estadão, 2016.

O terceiro perfil avaliado, o de pessoas que tem a intenção de ter um cão ou gato, mas ainda não o tem é apresentado na **Figura 4**. Este terceiro grupo foi incluído na pesquisa para avaliar quais os principais fatores que determinam na não aquisição do pet. As principais dificuldades citadas foram sobre os cuidados e a falta de companhia do animal durante o dia. (ESTADÃO, 2016)

O IBOPE concluiu que as mulheres têm mais gatos que os homens, e estes preferem cães. A maioria dos tutores de cães e gatos moram na região sudeste do Brasil e pertencem à classe B de renda. Do total de entrevistados, 3% dos que tinham pet, moravam sozinhos. O espaço disponível na casa também é determinante na quantidade de pets e o porte do animal escolhido.

Figura 4. Perfil dos entrevistados que não possuem pet, conforme pesquisa IBOPE 2016.



Fonte: Estadão, 2016.

A importância do conhecimento do perfil deste terceiro grupo na pesquisa está principalmente ligada ao entendimento das barreiras existentes para a aquisição de um pet. Este é um nicho com potencial de crescimento, e suas necessidades devem ser compreendidas.

2.2. População animal

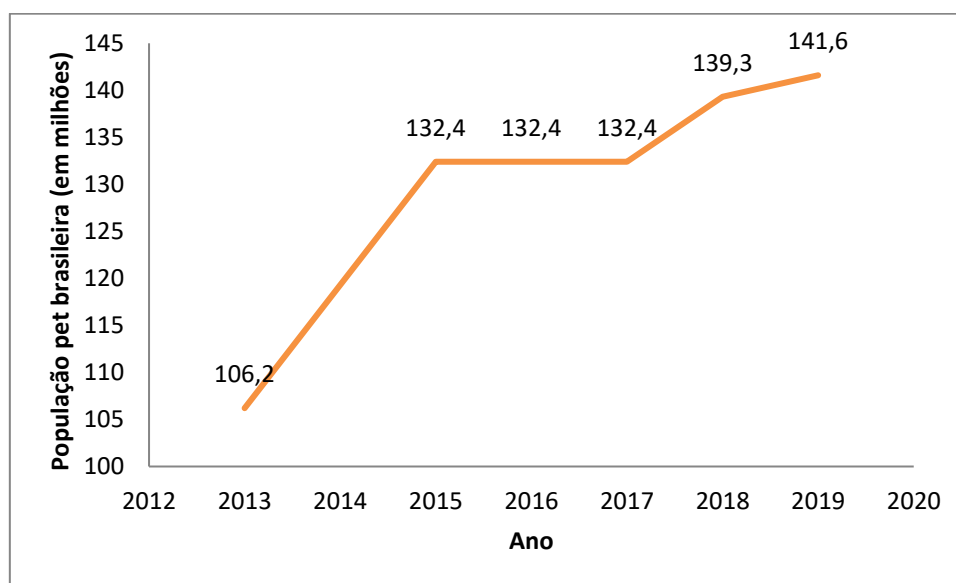
2.2.1. Censo pet

De 2013 a 2019 estima-se que houve um crescimento de aproximadamente 33% na população pet brasileira. Somente entre 2018 e 2019 o crescimento foi de 1,65%. Pode

parecer pouco, mas esse percentual representa um adicional de 2,3 milhões de animais de estimação na população animal brasileira.

Na Figura 5 é apresentada a curva de crescimento da população de animais de estimação no Brasil, com base nos dados levantados pela ABINPET em seus relatórios anuais.

Figura 5. Crescimento da população pet brasileira total de 2013 a 2019.

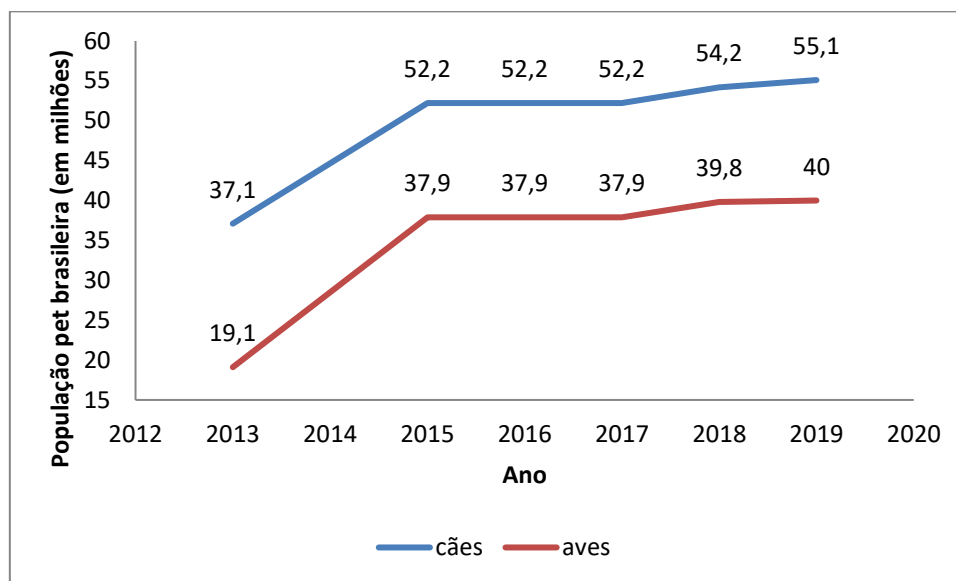


Fonte: ABINPET, 2014 a 2020

As duas categorias mais populosas são as de cães e aves canoras, conforme apresentado na Figura 6. Juntas, contribuem com aproximadamente 67% do montante nacional. Os cães são os mais numerosos e, mesmo assim, de 2018 a 2019 apresentou crescimento de 1,7%. Num passado recente, o crescimento das aves se mostrou um pouco tímido, com apenas 0,5% de crescimento em 2019.

No cenário internacional, os seis países com a maior população canina são Estados Unidos, China, Brasil, Rússia, Japão e Filipinas. (IPB, 2020)

Figura 6. Crescimento da população de cães e aves canoras no Brasil de 2013 a 2019.

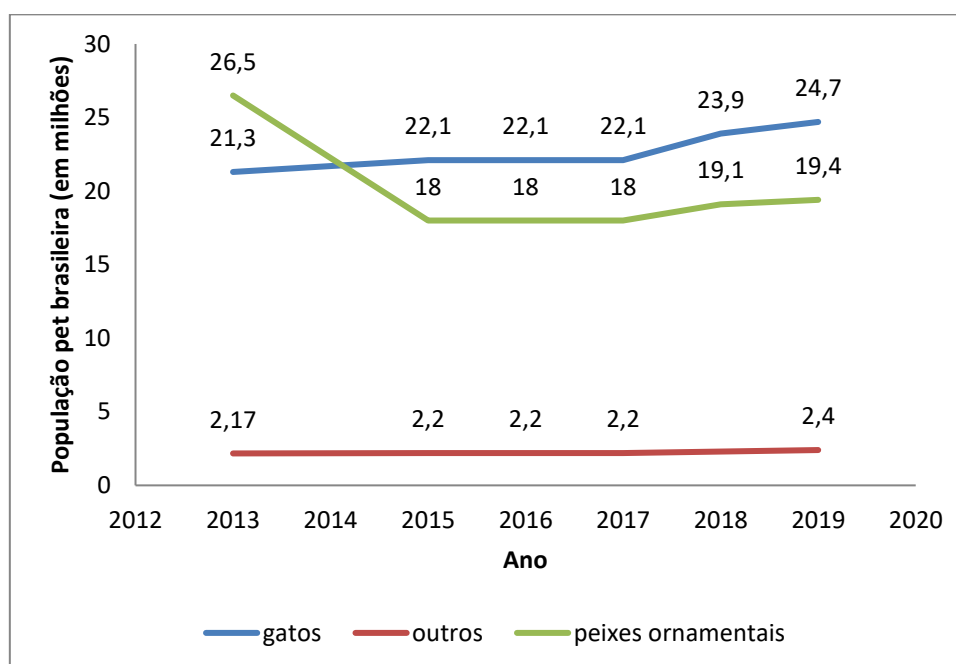


Fonte: ABINPET, 2014 a 2020

Na **Figura 7** é apresentado o crescimento das demais categorias que compõem a população pet: gatos, peixes ornamentais e outros. Apesar de não ser a categoria mais numerosa, o destaque fica para a taxa de crescimento da população de gatos, que foi a maior dentre todas: 3,35% em 2019. A categoria de “outros” representa a população de répteis e pequenos mamíferos, onde podemos observar uma certa estabilidade no tamanho da população destas espécies.

Na Europa a população de gatos é superior à de cães. Dos 85 milhões de domicílios que tem pet, 24% tem pelo menos um gato, 25% tem pelo menos um cão. No ano de 2019 população europeia total de gatos foi estimada em 106,4 milhões de animais, enquanto a população de cães foi de 87,5 milhões. (FEDIAF, 2020)

Figura 7. Crescimento da população de gatos, peixes ornamentais e outros, de 2013 a 2019.



Fonte: ABINPET, 2014 a 2020

Tabela 1. Crescimento do número (em milhões) de animais de estimação no Brasil de 2013 a 2019.

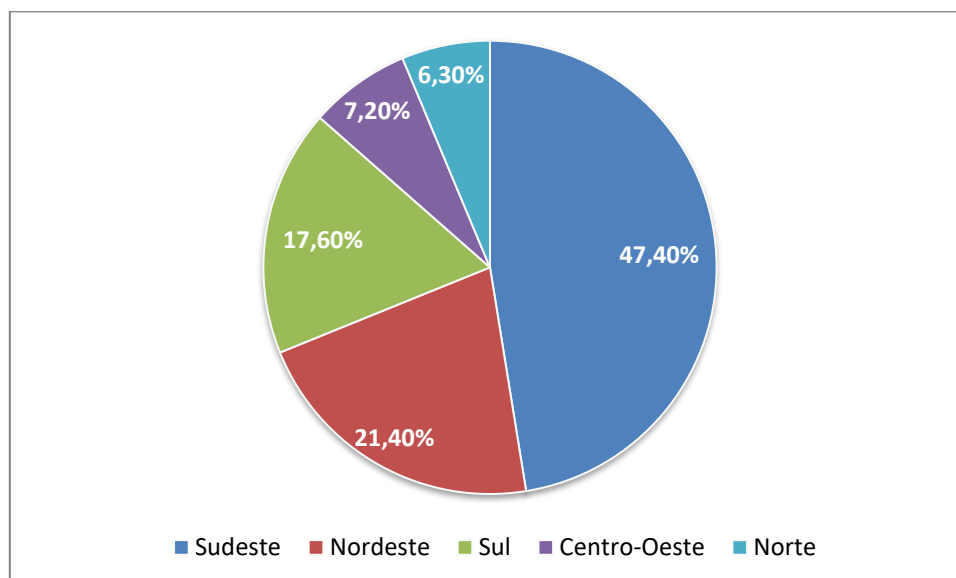
Categoria\Ano	2019	2018	2017-2015	2013
Cães	55,1	54,2	52,2	37,1
Gatos	24,7	23,9	22,1	21,3
Peixes	19,4	19,1	18	26,5
Aves	40	39,8	37,9	19,1
Outros	2,4	2,3	2,2	2,17
Total	141,6	139,3	132,4	106,2

Fonte: ABINPET, 2014 a 2020; IPB 2020

2.2.2. Distribuição regional

O IPB, em 2019, identificou como é a distribuição da população de cães e gatos nas regiões brasileiras. Na **Figura 8** é possível observar que, quase metade da população de cães e gatos está localizada na região Sudeste, seguido pelas regiões Nordeste, Sul, Centro-oeste e Norte, respectivamente.

Figura 8. Distribuição da população de cães e gatos nas regiões do Brasil.



Fonte: IPB, 2019.

Conforme o IPB (2019), um quarto da população animal brasileira encontra-se no estado São Paulo, seguido pelos estados de Minas Gerais (9,1%) e Rio de Janeiro (8,9%). Em 2018, segundo o IBGE, o município de São Paulo teve participação de 10,2% no PIB nacional, quando avaliado a cidade e região metropolitana, esta participação salta para 24% do PIB. A estimativa da população brasileira para 2020 foi de 211,8 milhões. Aqui, novamente o município de São Paulo ganha destaque, sendo considerado o mais populoso do Brasil, com 12,3 milhões de habitantes, seguido pelo Rio de Janeiro, com 6,75 milhões. O estado de São Paulo concentra 21,9% da população nacional, o que representa 46,3 milhões de habitantes. (IBGE, 2020)

Avaliando em conjunto estes dados, é possível perceber que a distribuição da população pet brasileira segue um comportamento muito semelhante ao da população humana, concentrando-se nas regiões de maior expressão econômica.

2.3. Faturamento nacional

A corrente crise sanitária, relacionada à pandemia do novo Coronavírus, está trazendo prejuízos econômicos a nível mundial. Diversos setores tem amargurado consideráveis perdas o que provocou um encolhimento de pelo menos 4% da economia brasileira em 2020. O mercado de produtos e serviços para animais de estimação está indo

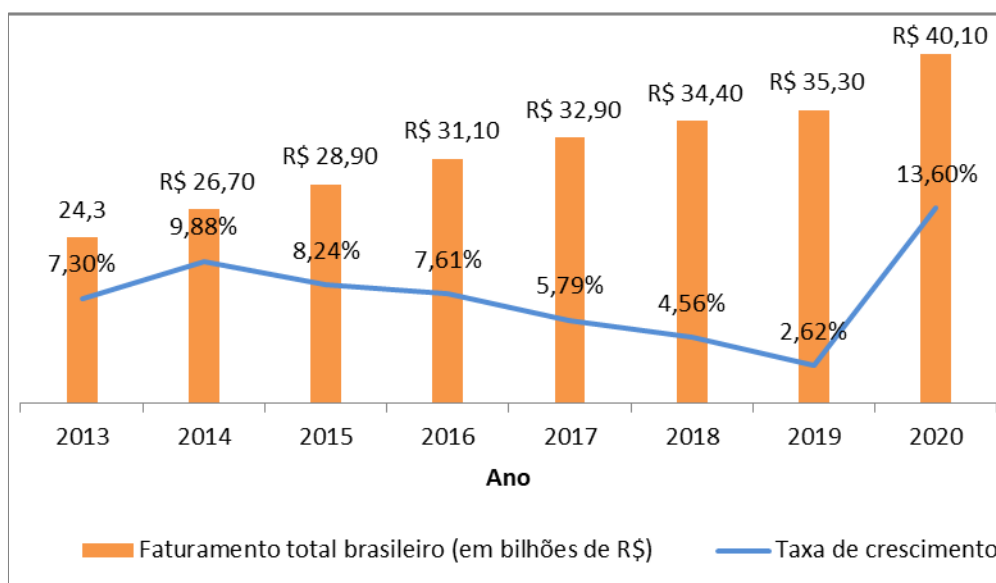
na contramão da tendência nacional. O crescimento estimado do setor para 2020 é de 13,5%, superando os +6,2% anteriormente previstos.

Conforme pode ser observado na **Figura 9** o mercado vem apresentando taxas positivas e contínuas de crescimento, nunca parou de crescer e figura entre os maiores mercados mundiais. O valor do faturamento de 2020 é uma estimativa com base na arrecadação dos primeiros trimestres, os relatórios com os dados definitivos de 2020 serão divulgados no segundo semestre de 2021. (STILO, IPB, 2020)

A melhoria dos serviços veterinários, o destaque das superpets¹, aquecimento das vendas *on-line* e fortalecimento de canais digitais são alguns dos fatores que impulsionaram o bom desempenho em 2020. Além disso, as pessoas passaram a ficar mais tempo em casa, adotaram mais pets e, muito provavelmente, este convívio mais intenso promoveu um aumento nos cuidados destinados aos animais de estimação.

Em 2014 instalou-se no Brasil uma crise econômica que afetou diversos setores da economia, inclusive o mercado pet. Até então, o Brasil apresentava crescimento significativo em diversos setores, a economia como um todo estava em uma boa fase. A partir de 2014 apesar de o mercado pet ter mantido taxas de crescimento positivas, estas foram menores do que nos anos que antecederam este acontecimento.

Figura 9. Faturamento do mercado pet brasileiro de 2013 a 2020.



Fonte: IPB, 2020.

¹ Grandes redes do varejo pet nacional, como por exemplo Petz, Cobasi e Petlove.

No levantamento realizado pelo IPB, o gasto médio mensal em 2019 considerando critérios básicos (ração standard, vacinação, antipulgas, vermifugação, consultas periódicas, banho e tosa), foi de:

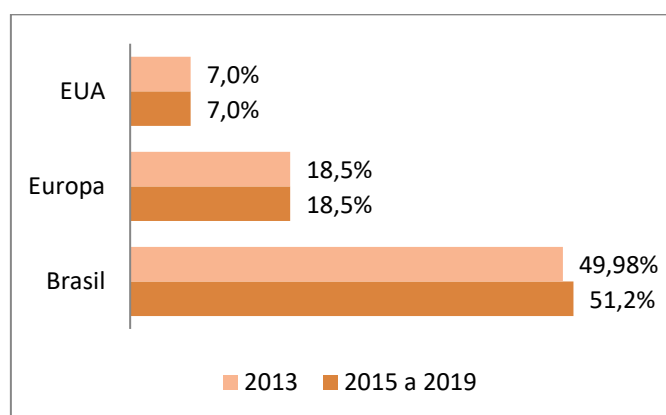
- cães de pequeno porte (até 10 kg): R\$270,00
- cães de médio porte (de 11 a 25 kg): R\$325,00
- cães de grande porte (de 26 a 45 kg): R\$423,00
- felinos (gato adulto): R\$200,00

Para o cálculo dos gastos mensais com roedores, aves, peixes e répteis, o IPB também levou em consideração, além dos critérios básicos, os custos relacionados a um viveiro simples de valor intermediário, dividido pelos 12 meses do ano. Para essas categorias o custo médio mensal calculado foi de:

- peixes: R\$100,00 (aquário simples, 40 L, com 10 peixes pequenos)
- roedores: R\$120,00
- aves: R\$20,00
- répteis: R\$70,00

Avaliando a carga tributária brasileira no segmento de *pet food*, que possui a maior representatividade dentro do faturamento nacional, contribuindo com 65% do montante, é de cerca de 50% (Figura 10). O Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), Programa de Integração Social e Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (PIS/COFINS) são tributos federais, e suas alíquotas ficam em torno de 14% para o IPI, e 12% para PIS/COFINS. O Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) é de caráter estadual, e sua alíquota depende do estado, para esta estimativa foi considerado um valor médio de 23%. (IPB, 2020)

Figura 10. Comparativo da carga tributária entre Estados Unidos, Europa e Brasil.



Fonte: ABINPET, 2014 a 2020.

Em alguns países os produtos industrializados são tarifados com apenas um imposto, o chamado Imposto Sobre Valor Agregado (IVA). Esta é uma forma de simplificar a cobrança dos impostos. No Brasil, considerando um produto de R\$100,00 a parcela correspondente aos impostos é de aproximadamente R\$51,20. Esta elevada carga tributária pode ser um fator determinante na limitação do crescimento do mercado pet brasileiro tanto no cenário nacional quanto internacional. (IPB, 2020)

2.3.1. Comércio exterior

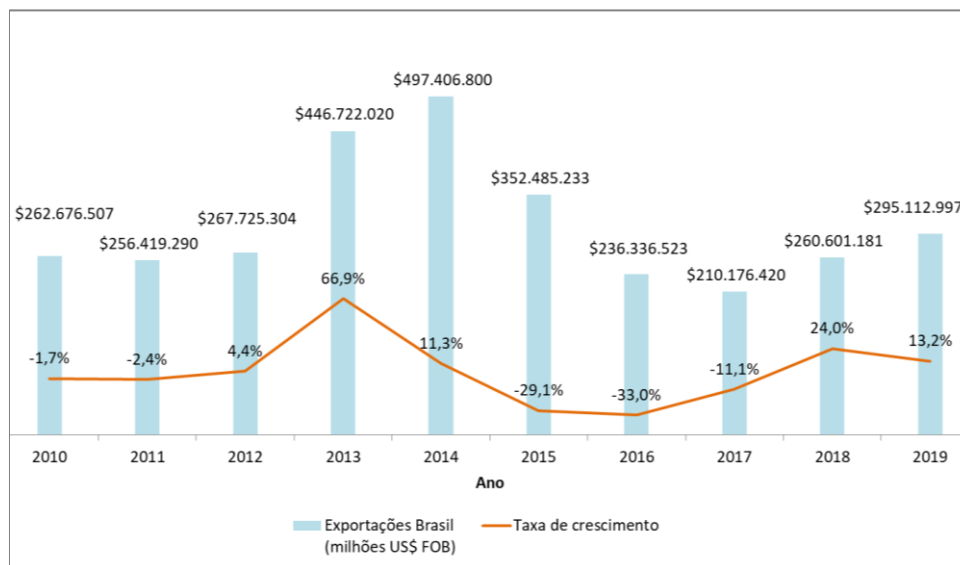
A evolução das exportações brasileiras nos últimos 10 anos é apresentada na **Figura 11**. Nos anos de 2018 e 2019 tivemos taxas de crescimento positivas em comparação aos três anos anteriores. No ano de 2019 o montante gerado foi de, aproximadamente, US\$255 milhões FOB². Grande parte deste valor, cerca de 84%, é referente à exportação do setor de pet *food*.

Apesar de ter mostrado ser um setor muito forte e com constante crescimento no mercado nacional, os anos de 2015, 2016 e 2017 apresentaram acentuadas taxas de decréscimo nas exportações. A principal explicação para este comportamento é a forte recessão econômica que se aprofundou neste período no Brasil.

² Frete FOB, na tradução literal, é “livre a bordo”. Nesta modalidade de frete é o comprador que fica responsabilizado pelos custos, meio de transporte, seguro, riscos em geral. É principalmente utilizado em mercadorias de grande valor agregado ou fretes muito elevados. A responsabilidade do vendedor se encerra no momento do embarque da carga.

Para o ano de 2020 o IPB estima que o valor das transações internacionais tenha ficado em torno de US\$300 milhões. Os relatórios com os dados definitivos de 2020 serão publicados no segundo semestre de 2021.

Figura 11. Evolução das exportações brasileiras de 2010 a 2019.

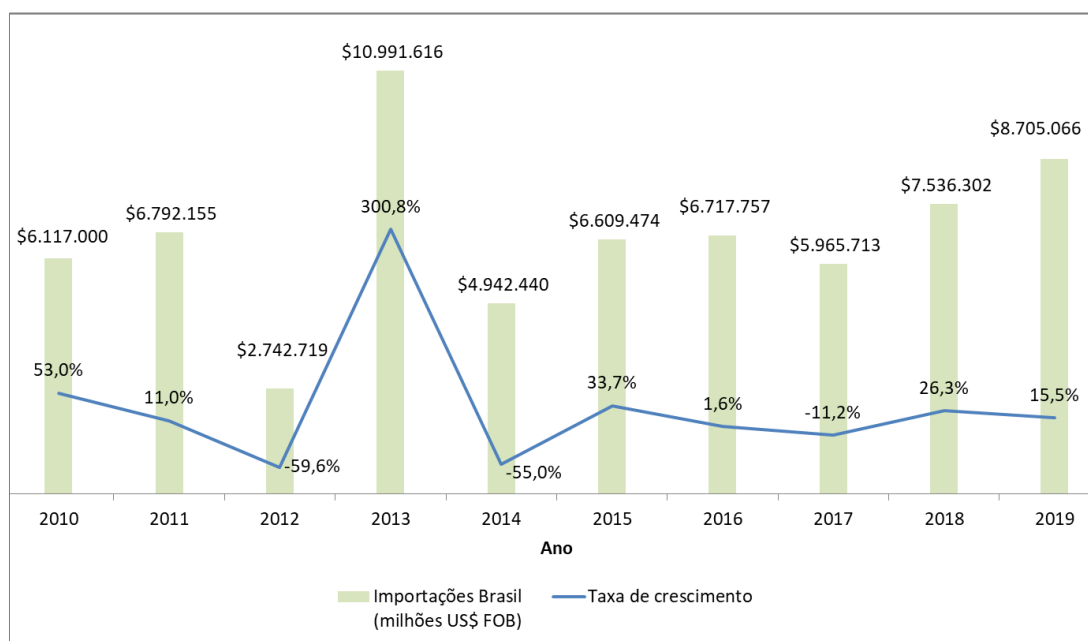


Fonte: ABINPET, 2014 a 2020

Na **Figura 12** é apresentada a evolução dos valores das importações brasileiras relacionadas ao setor pet. As importações, assim como as exportações, são diretamente afetadas pela política interna e externa brasileira, relações comerciais estabelecidas, situação econômica dos principais compradores e, principalmente, a cotação real *versus* dólar americano.

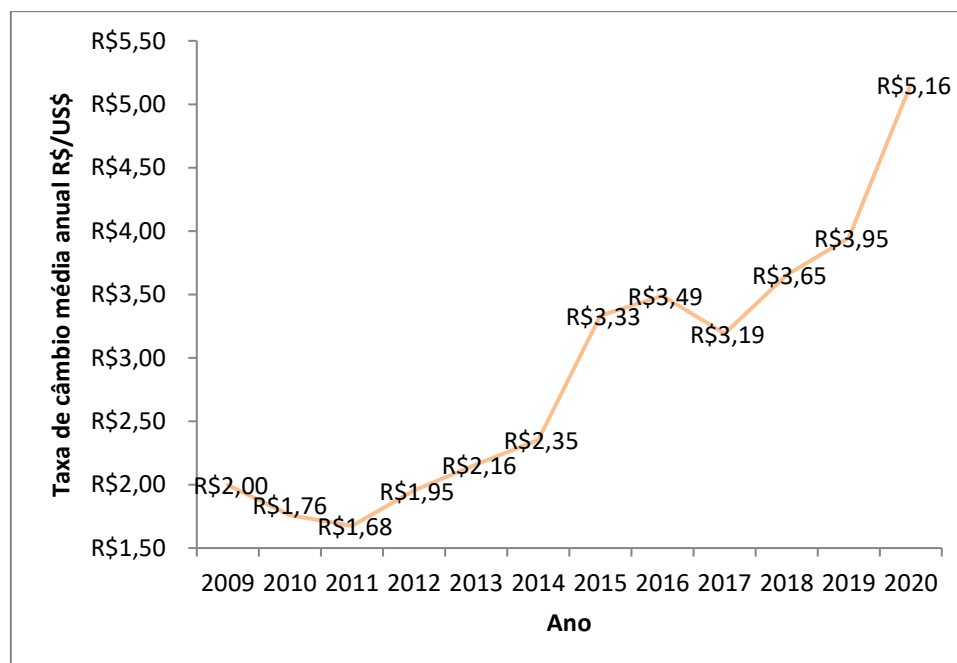
Até o ano de 2013 o Brasil apresentava taxas de crescimento crescentes, a economia como um todo apresentou uma expansão bastante significativa. A partir do ano de 2014 iniciou-se a crise econômica brasileira que afetou diversos setores mercados, e não foi diferente com o mercado pet. Com a instabilidade da política econômica internacional, as importações e exportações ficaram afetadas, sem apresentar uma relação direta com a taxa cambial (**Figura 13**).

Figura 12. Evolução das importações brasileiras de 2010 a 2019.



Fonte: ABINPET, 2014 a 2020

Figura 13. Taxa de câmbio comercial para venda: real (R\$) / dólar americano (US\$) - média anual.



Fonte: IPEADATA, 2021.

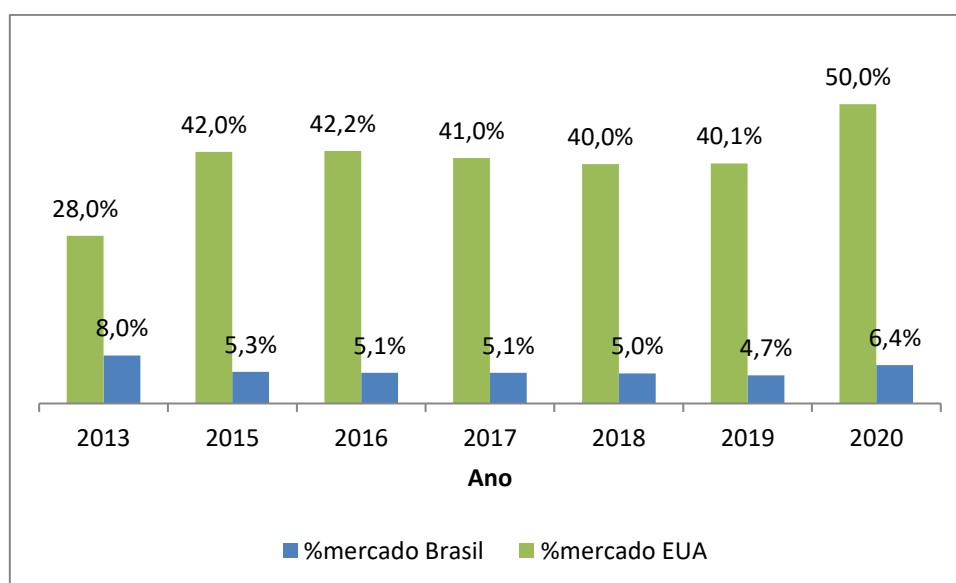
2.4. Brasil no cenário internacional

A participação do Brasil no mercado, considerando o faturamento mundial, tem mostrado em certa estabilidade. Em 2020 representou 6,4% do faturamento mundial. Na

Figura 14 é possível observar que os Estados Unidos mantêm a liderança do mercado e no ano de 2020 passou a representar metade do faturamento mundial.

Em 2019 o Brasil estava na terceira colocação no *ranking* de participação do mercado, empatado com o Reino Unido, ficando atrás apenas de China e Estados Unidos. No ano de 2020 o Brasil, com a participação de 6,4%, subiu para a segunda colocação, perdendo apenas para os Estados Unidos.

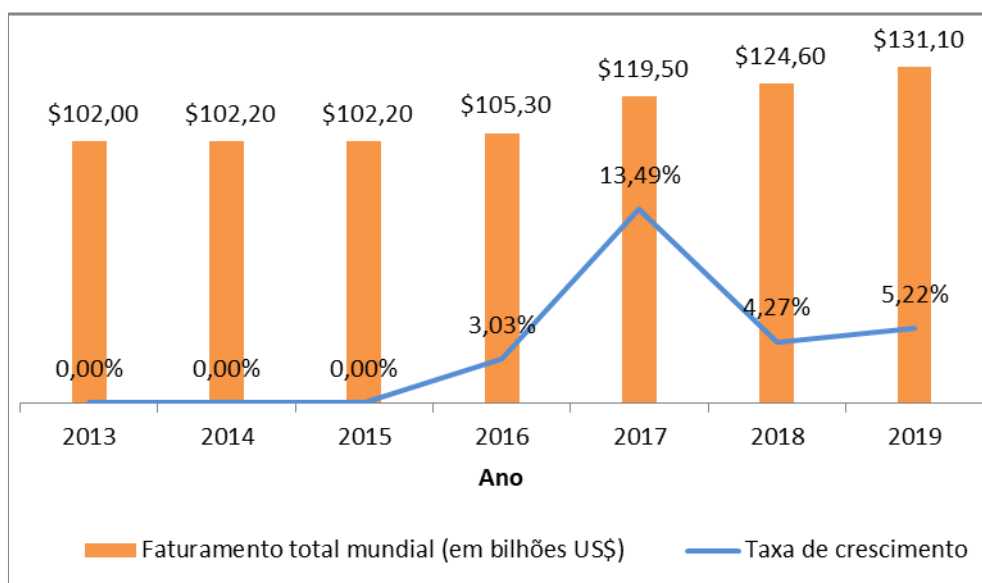
Figura 14. Participação do Brasil e EUA no mercado pet mundial.



Fonte: ABINPET

Desde 2013 a movimentação comercial mundial relacionada ao mercado pet está acima dos US\$100 bilhões de dólares. Na **Figura 15** e na **Tabela 2** é visto que o mercado apresentou taxas de crescimento positivas e constantes. Nos anos 2013 a 2015, onde a taxa de crescimento no gráfico é apresentada como 0% e os valores de movimentação constantes, é devido aos relatórios ABINPET informarem os mesmos valores para estes três anos.

Figura 15. Faturamento mundial do mercado pet.



Fonte: ABINPET

Tabela 2. Faturamento mundial total de 2013 a 2019.

Ano	Faturamento mundial (em bilhões US\$)	Taxa de crescimento
2019	131,10	5,22%
2018	124,6	4,27%
2017	119,5	13,49%
2016	105,3	3,03%
2015-2013	102,2	--

Fonte: ABINPET

Nos capítulos anteriores discutimos sobre o mercado nacional de uma forma geral. A partir daqui o mercado pet brasileiro será desmembrado nos seus subsetores, para uma avaliação mais detalhada.

3. PET FOOD

Até a década de 1980 a maioria dos animais de estimação eram alimentados com sobras de alimentos oriundas das refeições de seus tutores. Eram poucas as indústrias que fabricavam ração destinada a animais de companhia. Na década de 1990, com a abertura comercial e a entrada do Brasil na Organização Mundial do Comércio (OMC), houve um fortalecimento dos investimentos de empresas privadas, de uma forma geral, favorecendo a comercialização de produtos, tecnologia e serviços entre os países membros. A partir de então, com o desenvolvimento da indústria, aumento do padrão de consumo da população dos grandes centros e a busca por qualidade e praticidade, proporcionou uma expansão significativa neste setor. (MAZON; MOURA, 2017)

Ao longo dos anos a sociedade sofre mudanças nos seus padrões de consumo e comportamento. O que é normal, visto que a evolução da ciência, tecnologia e o conhecimento estão cada vez mais acessíveis a grande parcela da população. Os hábitos das famílias e a tendência à humanização dos pets têm trazido um novo nicho dentro do setor de *pet food*, que é a busca por uma alimentação alternativa com base no uso de alimentos naturais, frescos, orgânicos, entre outras. A partir de 2007 observou-se um aumento no interesse deste tipo de alimentação para animais de companhia (SAAD; FRANÇA, 2010).

Dentre os quatro segmentos do mercado pet, o *pet food* é o que representa a maior parcela dentro do faturamento do mercado pet como um todo. Em 2019 foi responsável por 73,3% do rendimento total do setor, com o comércio de 2,85 milhões de toneladas de alimentos, conforme relatório da ABINPET (2020). Estes montantes correspondem a toda alimentação produzida e destinada ao consumo dos animais de estimação, podendo ou não serem oriundas da indústria. (ABINPET, 2019)

A fabricação dos produtos destinados à alimentação de animais de estimação consome cerca de 95% dos insumos gerados pela agropecuária, como: farinha de ossos, gorduras de origem animal, subprodutos de abatedouros e etc (ABINPET, 2015). Essa relação é muito benéfica, pois, coprodutos da indústria alimentícia que não teriam consumo no mercado humano, com as transformações dos processos industriais são direcionados à fabricação de alimentação de qualidade dos nossos pets.

No Brasil a regulamentação deste setor é dada pelo Ministério da Agricultura Pecuária e do Abastecimento (MAPA), de acordo com o Decreto nº 6296, de 11 de

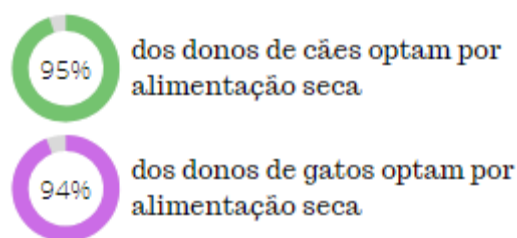
dezembro de 2007. Conforme publicações oficiais, o MAPA determina a regulamentação mais detalhada através de Instruções Normativas (IN). Estas IN determinam, como por exemplo, as matérias-primas aprovadas, normativas de registros de produtos e quais são isentos, importação e exportação, relatório técnico de identidade e qualidade, dentre outras.

De acordo com a ABINPET (2015) a alimentação destinada a animais de estimação é classificada, em resumo, como:

- alimento completo: produto capaz de atender integralmente as exigências nutricionais;
- alimento coadjuvante: produto destinado exclusivamente à alimentação de animais de estimação com distúrbios fisiológicos ou metabólicos, capaz de atender integralmente suas exigências nutricionais específicas;
- alimento específico: produto alimentício com finalidade de agrado, prêmio ou recompensa e que não se caracteriza como alimento completo, podendo possuir propriedades específicas;
- produto mastigável: produto com objetivo de diversão ou agrado, com valor nutricional desprezível;
- suplemento: produto com objetivo de melhorar o balanço nutricional;
- aditivo: substância que melhore as características dos produtos destinados à alimentação animal;
- Coadjuvantes tecnológicos: substância utilizada intencionalmente na elaboração de produtos ou ingredientes a fim de alcançar um objetivo tecnológico durante o tratamento ou a transformação e que não permanecem no produto final.

A alimentação seca industrializada foi apontada como a melhor opção por 95% dos tutores de cães entrevistados pelo IBOBE (2016). O resultado para os tutores de gatos foi bastante semelhante, 94% responderam que a ração seca é a melhor opção.

Figura 16. Perfil de escolha de alimentação de proprietários de cães e gatos conforme pesquisa



Fonte: IBOPE 2016.

O pet *food* é o setor com maior participação no mercado nacional de produtos e serviços para animais de estimação. Na **Tabela 3** verifica-se que o segmento sempre apresentou um aumento na sua participação dentro deste mercado. O crescimento deste setor tem acompanhado a evolução do mercado pet como um todo. Mesmo para 2020, um ano cheio de incertezas econômicas por conta da pandemia do COVID-19, a ABINPET projeta um crescimento bastante expressivo, conforme apresentado anteriormente.

Tabela 3. Participação e faturamento do setor pet *food* no mercado nacional.

Ano	Participação	Faturamento (bilhões R\$)
2019	73,3%	R\$ 25,87
2017	68,6%	R\$ 22,57
2016	67,5%	R\$ 20,99
2015	67,3%	R\$ 19,45
2013	65,7%	R\$ 15,97

Fonte: IPB, 2020

Na **Tabela 4** é apresentado a quantidade de ração vendida de acordo com a categoria animal. Assim como é a categoria mais populosa, os cães também ocupam lugar de destaque no consumo de alimentos, representando quase 90% de toda produção nacional.

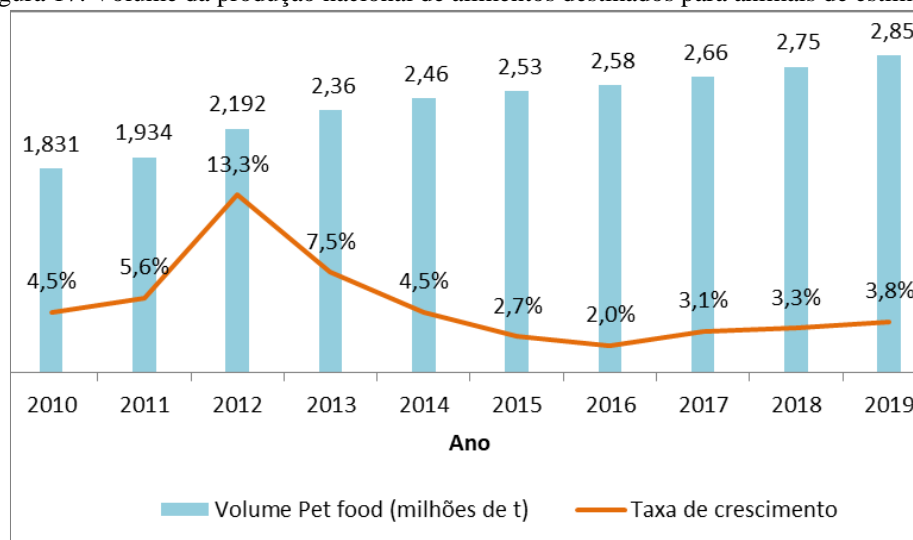
Tabela 4. Venda de alimentos para animais de estimação no Brasil conforme a categoria para o ano de 2019.

Categoria animal	Quantidade vendida (milhares de toneladas)	Representação no pet <i>food</i>
Cães	2.478,50	89,89%
Gatos	276,60	10,03%
Aves, répteis e peq mamíferos	2,00	0,07%
Peixes	0,20	0,01%

Fonte: IPB, 2020

O volume de alimentos destinados aos animais de estimação vem crescendo desde o início do acompanhamento apresentado na **Figura 17**. Até o ano de 2012 tinha um cenário nacional de crescimento e de melhoria das condições financeiras da população e o surgimento de uma nova classe média brasileira. Mesmo com a ocorrência da crise econômica nacional, que se instalou em 2014, o volume de produção se manteve crescente, porém a taxas menores.

Figura 17. Volume da produção nacional de alimentos destinados para animais de estimação

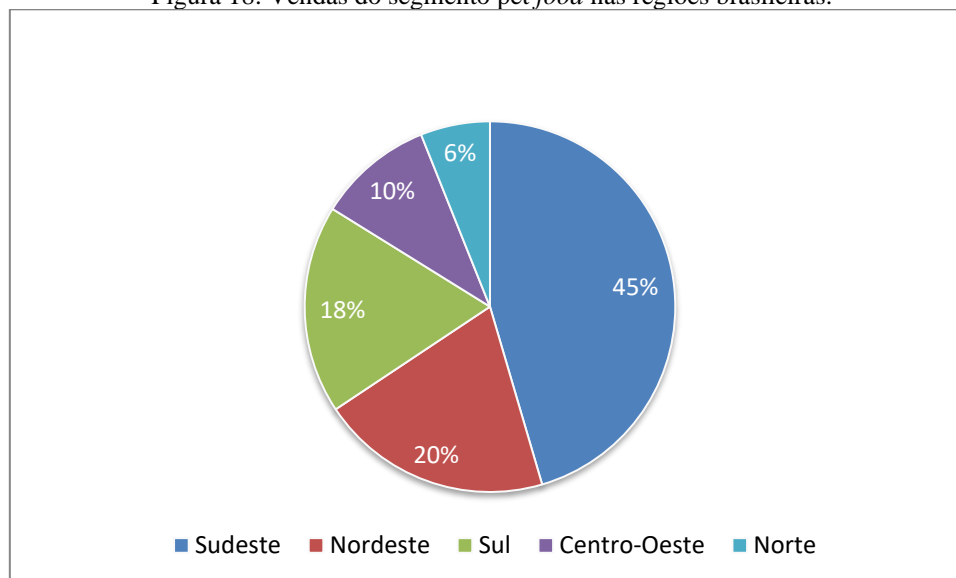


Fonte: IPB, 2020

O percentual das vendas de alimentos para animais de estimação de acordo com a região do país, é apresentado na **Figura 18**. Percebe-se que esta e a **Figura 8** possuem distribuições bastante semelhantes. Nas regiões onde há uma maior população de animais

de estimação, também há um percentual maior de vendas. A região sudeste novamente lidera com o maior consumo de alimentos destinados aos pets.

Figura 18. Vendas do segmento *pet food* nas regiões brasileiras.



Fonte: IPB, 2020

O mercado *pet food* é o segmento de maior faturamento e representatividade dentro do mercado pet, mas também é o que possui maior disponibilidade de dados e estatísticas a respeito do histórico do setor. Por isso, de todos os quatro segmentos, este é o que apresenta maior riqueza de informações. As associações privadas, como por exemplo a ABINPET no *pet food*, tem papel muito importante na organização comercial do setor, levantamento de dados, demanda de políticas públicas de favorecimento do setor, entre outras. A indústria de medicamentos veterinários também é bastante organizada, apesar de não ter comercialização da mesma ordem de grandeza que o segmento *pet food*.

4. PET VET

O setor Pet vet representa o faturamento das indústrias produtoras de medicamentos veterinários e empresas participantes da cadeia de distribuição destes produtos. Os atendimentos veterinários são classificados como serviço, por isso, estes se encontram na categoria Pet Serv, que será abordado a seguir.

A organização da indústria farmacêutica veterinária é muito semelhante a farmacêutica humana, tanto por compartilhamento de alguns medicamentos, como também pela participação de algumas indústrias em ambos setores. O aumento da demanda de medicamentos veterinários pode estar associado ao aumento da população animal, maior longevidade dos pets e maior acesso a veterinários pela população em geral.

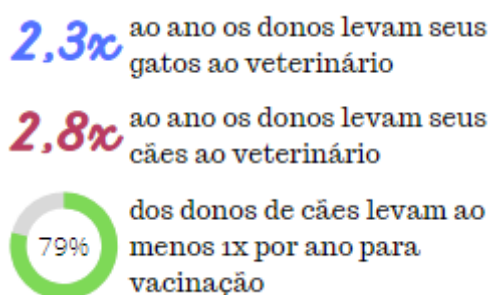
Com um olhar amplo sobre este segmento, podemos identificar a existência de dois grandes grupos: de indústrias nacionais e de indústrias internacionais. As internacionais em geral são de grande porte e também são aquelas que mais investem em pesquisa e inovação. As empresas nacionais normalmente ocupam nichos que não são atendidos por estas. Assim como foi observado na indústria de pet *food*, nas décadas de 80 e 90, com a abertura comercial do Brasil, houveram aquisições e grandes fusões de empresas e com participação do capital internacional. (BNDES, 2007)

Em 2005 foi estimado em 40% a participação da venda de medicamentos veterinários destinados à animais de estimação, considerando toda a venda mundial da indústria farmacêutica veterinária. (BNDES, 2007)

Apesar de este segmento não contabilizar os serviços veterinários, pode-se dizer que estão de certa forma relacionados com a frequência que os tutores levam seus animais de estimação ao veterinário.

Na pesquisa IBOPE (2016) foi constatado que os donos de cães frequentam mais o veterinário quando comparado a donos de gatos, conforme apresentado a seguir na **Figura 19**.

Figura 19. Perfil de frequência de donos de cães e gatos no veterinário conforme pesquisa IBOPE 2016.



Fonte: IBOPE, 2016

O faturamento do setor apresentou crescimento, mesmo que a sua participação dentro do mercado pet tenha permanecido praticamente constante, conforme apresentado na Tabela 5. O ano de 2019 mostrou significativo crescimento em relação ao ano de 2017, mas parte desta variação é devido à incorporação de uma parcela do setor Pet Serv.

Tabela 5. Participação e faturamento do setor Pet Vet no mercado de produtos e serviços para animais de estimação Brasil.

Ano	Participação	Faturamento (bilhões R\$)
2019	18,4%	R\$ 6,50
2017	7,7%	R\$ 2,53
2016	7,8%	R\$ 2,43
2015	7,7%	R\$ 2,23
2013	7,2%	R\$ 1,75

Fonte: ABINPET 2014 a 2020

5. PET CARE

O *Pet Care* é representado pelos produtos de higiene, beleza, acessórios, equipamentos e brinquedos. Tem uma relação direta com a humanização dos pets, pois os tutores cada vez mais buscam conforto e qualidade de vida para eles.

Conforme uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), em conjunto com a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), ambos de Santa Catarina, concluíram que 35% dos tutores fazem compras compulsivas para animais de estimação. (SEBRAE, 2019)

Na **Tabela 6** verifica-se que este segmento apresenta percentual de participação relativamente constante, porém como o mercado nacional possui contínuo crescimento, o faturamento *Pet Care* também aumenta.

Tabela 6. Participação e faturamento do setor *Pet Care* no mercado de produtos e serviços para animais de estimação no Brasil.

Ano	Participação	Faturamento (bilhões R\$)
2019	8,3%	R\$ 2,93
2017	7,9%	R\$ 2,60
2016	8,1%	R\$ 2,52
2015	8,0%	R\$ 2,31
2013	8,1%	R\$ 1,97

Fonte: ABINPET 2014 a 2020

A inovação está fortemente presente neste segmento com acessórios modernos, estampas que refletem a personalidade e gostos dos tutores, capinhas de celulares identificadas com a imagem do pet, quadros, itens de decoração em geral e mobiliário. Brinquedos interativos, novidades em materiais e formas, também são destaque do setor.

É um setor com muito potencial de crescimento e de diversificação, porém a competitividade é muito grande. Por isso, o *marketing* tem um papel fundamental na visibilidade das empresas. Os canais de comunicação com os clientes têm mudado ao longo do tempo, atualmente vemos empresas apostando fortemente no uso de suas mídias sociais como forma de se aproximar do seu mercado consumidor. As ferramentas e as

técnicas de *marketing* devem ser estudadas e usadas de forma a promover uma maior difusão dos produtos, serviços e seus diferenciais. (ELIZEIRE, 2013)

Conforme estimativas da ABINPET, existe uma tendência de crescimento significativo no número de gatos como animais de estimação. Visando o bem-estar animal, existe uma forte orientação veterinária acerca da “gatificação” das casas destes felinos. A gatificação nada mais é que o enriquecimento ambiental voltado para felinos. Este enriquecimento pode ser realizado, por exemplo, com a inserção de mobiliários específicos como prateleiras, arranhadores, tocas e esconderijos, etc. E é o que estamos observando: um aumento na oferta de produtos específicos para esse nicho.

6. PET SERVICE

Nesta categoria estão inseridos os serviços veterinários, banho e tosa, *petsitter*, *dogwalker*, hotéis, creches e similares, todos estes com foco no atendimento de animais de companhia. Assim como nos setores anteriores, aqui a inovação e modernização são essenciais para a manutenção do crescimento. O aumento da demanda por profissionais especializados tem aumentado a procura de profissionais veterinários em busca de cursos de pós-graduação.

O faturamento do setor, até 2017, apresentava significativa parcela de participação dentro do setor pet, conforme apresentado na **Tabela 7**. Em 2019, no relatório da ABINPET este segmento foi dividido: parte foi incorporado ao setor pet vet, parte ao pet care. Essa divisão ocorreu com o intuito de fazer a análise do mercado nos mesmos moldes que é realizada no mercado internacional.

Tabela 7. Participação do setor Pet Service no mercado nacional de produtos e serviços para animais de estimação.

Ano	Participação	Faturamento (bilhões R\$)
2017	15,8%	R\$ 5,20
2016	16,7%	R\$ 5,19
2015	17,0%	R\$ 4,91
2013	19,0%	R\$ 4,62

Fonte: ABINPET 2014 a 2018

A partir do momento que os pets ocupam um espaço cada vez mais importante dentro da estrutura familiar, os serviços são adequados para ajustarem-se a esta demanda. O que antigamente poderia ser unimaginável, atualmente é realidade neste segmento. Resort, hospedagens de luxo, banhos e produtos especiais, creche para cães, fotógrafos especializados em animais de estimação, etc. A lista de novidades no setor é longa. A tendência é que esta transformação continue acompanhando os desejos dos consumidores.

Este dinamismo do mercado, exige o mesmo comportamento do profissional veterinário e empresário do setor. Estar sempre atento às atualizações do ramo.

7. VETERINÁRIOS, CLÍNICAS, HOSPITAIS E CONSULTÓRIOS

O Brasil é o país com o maior número de médicos veterinários no mundo. Conforme o último relatório publicado pelo CFMV, em fevereiro de 2021 havia um total de 197.982 médicos veterinários registrados no país com, em média, mais de 400 novos registros por mês entre os meses de novembro de 2020 e janeiro de 2021 (**Tabela 8**).

Tabela 8. Número de médicos veterinários registrados no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul.

Data	Brasil	São Paulo	Rio Grande do Sul
Jan/2021	197.982	51.145	18.536
Dez/2020	197.501	50.965	18.515
Nov/2020	197.114	50.890	18.478

Fonte: CFMV relatórios.

Desconsiderando o número de registros inativos ou suspensos, os números de médicos veterinários atuantes no Brasil São Paulo e Rio Grande do Sul, é apresentado na **Tabela 9**. De todos os estados brasileiros, São Paulo concentra o maior contingente de profissionais de todo país, o Rio Grande do sul é o terceiro estado brasileiro com mais veterinários.

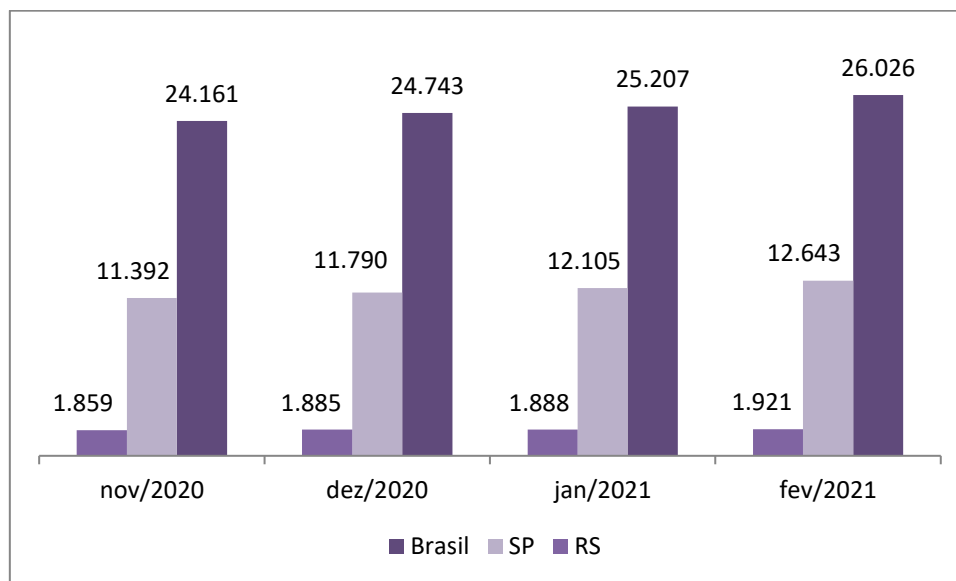
Tabela 9. Número de médicos veterinários registrados e atuantes no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul.

Data	Brasil	São Paulo	Rio Grande do Sul
Jan/2021	145.431	40.275	13.486
Dez/2020	145.100	40.127	13.483
Nov/2020	144.822	40.070	13.442

Fonte: CFMV relatórios.

O número de clínicas veterinárias existente no país também vem aumentando ano após ano. Na **Figura 20** é possível observar que o estado de São Paulo concentra quase a metade de clínicas veterinárias existentes no país inteiro. Aqui, o Rio Grande do Sul também ocupa a terceira posição, onde em fevereiro de 2021 tinha um total de 1.921 clínicas registradas.

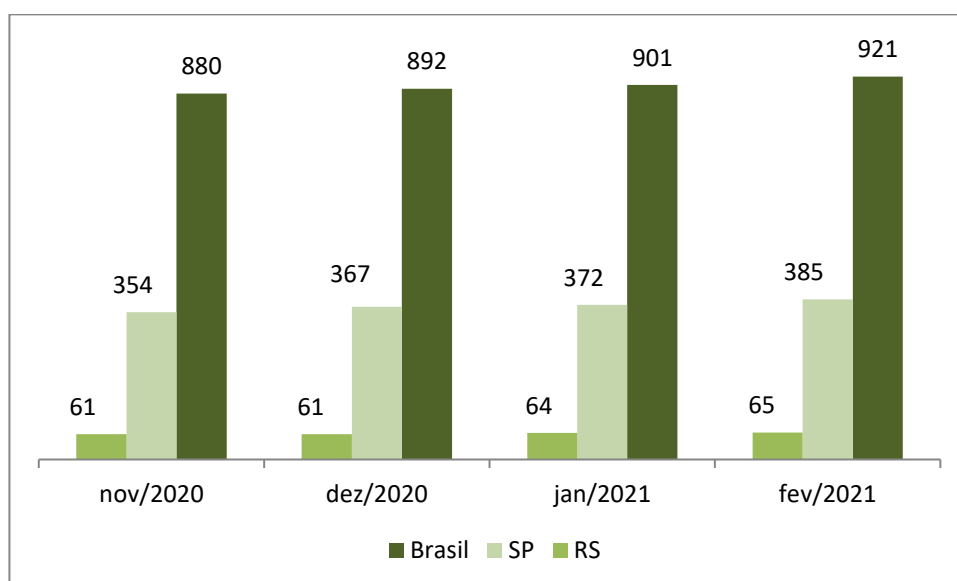
Figura 20. Quantitativo de clínicas veterinárias registradas no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul.



Fonte: CFMV relatórios.

O quantitativo de hospitais veterinários registrados no Brasil, em fevereiro de 2021, foi de 921. Deste total, um pouco mais de 40%, encontra-se no estado de São Paulo. O estado do Rio Grande do Sul encontra-se na quarta colocação, ficando atrás de Santa Catarina, na segunda posição com 86 hospitais, e Paraná com 67.

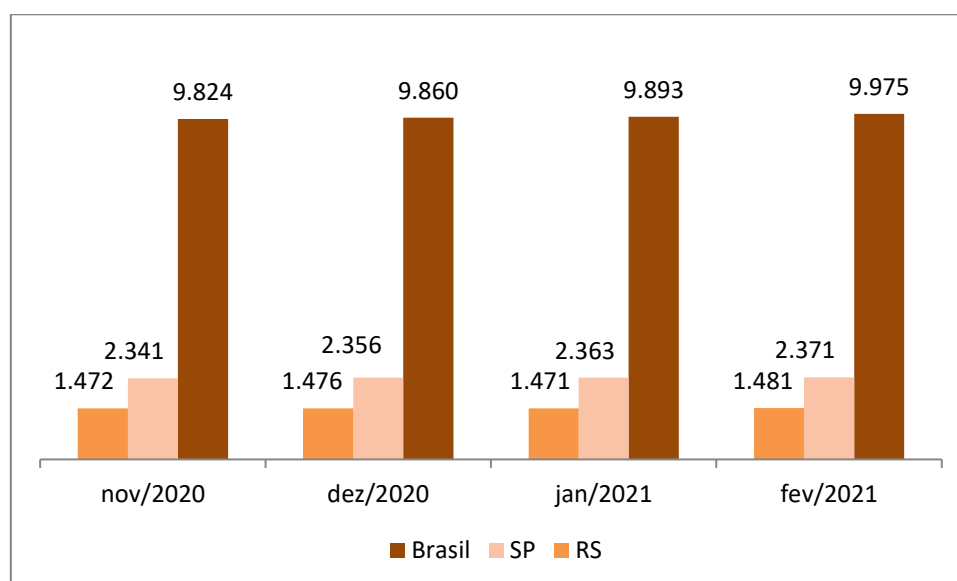
Figura 21. Quantitativo de hospitais veterinários registrados no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul.



Fonte: CFMV relatórios.

No ano de 2021, conforme o último relatório disponibilizado pelo CFMV (**Figura 22**), os estados brasileiros que apresentam mais de mil consultórios veterinários registrados são: São Paulo com 2.371, Rio de Janeiro com 1.500, e Rio Grande do Sul com 1.481.

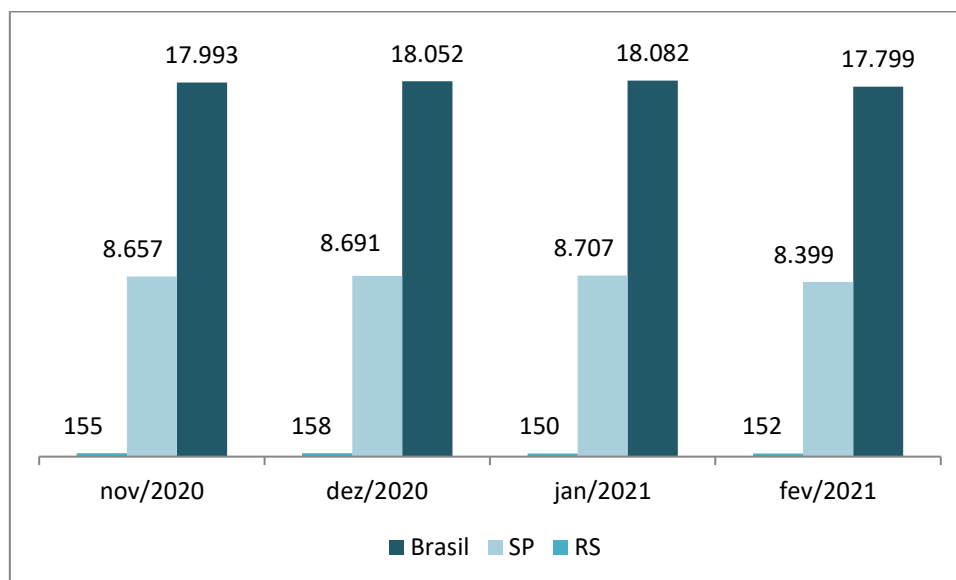
Figura 22. Quantitativo de consultórios veterinários registrados no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul.



Fonte: CFMV relatórios.

O cenário é um pouco diferente para o Rio Grande do Sul, quando avaliamos o quantitativo de pet shops (**Figura 23**), e se encontra na 17ª colocação. São Paulo permanece figurando entre o estado brasileiro com maior número de estabelecimentos desta categoria, seguido por Paraná, Santa Catarina e Rio de Janeiro, nesta ordem.

Figura 23. Quantitativo de pet shops registradas no Brasil, São Paulo e Rio Grande do Sul.



Fonte: CFMV relatórios.

De uma forma geral, podemos ver que a região sudeste brasileira tem muita representatividade no mercado consumidor de produtos e serviços para animais de estimação. Mais especificamente o estado de São Paulo figura como o principal dentre os demais estados brasileiros. Conforme apresentado, São Paulo, além de possuir a maior população pet, também possui o maior contingente de veterinários e serviços relacionados. Este comportamento pode ser fortemente correlacionado com o maior desenvolvimento econômico desta região.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos principais objetivos deste trabalho foi proporcionar noções básicas de conhecimento do mercado pet a partir de uma visão econômica. É bastante comum egressos da faculdade de veterinária não terem conhecimento do funcionamento do mercado no qual estão inseridos. Mesmo para aqueles profissionais que trabalharão como profissionais liberais, é importante conhecer o cenário regional e/ou nacional no qual exercerão sua profissão.

As especializações profissionais na veterinária têm se tornado cada dia mais exigida pelos consumidores. Os pets têm ocupado um espaço muito importante dentro da estrutura familiar moderna, o que acarreta em que seus tutores exigem serviços da mesma qualidade que procuram para si mesmos.

Não só nos serviços veterinários que as atualizações são necessárias. No segmento de produtos a inovação tem sido essencial para a manutenção do crescimento mesmo em meio a esta crise pandêmica que estamos enfrentando. Os tutores têm passado mais tempo em casa e tem percebido necessidades que antes passavam despercebidas: brinquedos interativos, mobiliário pet, itens de decoração com a temática pet, roupas, acessórios, etc.

Mesmo em meio a todo esse potencial de crescimento, é necessário frisar que é um mercado onde a concorrência é bastante acirrada, onde os grandes diferenciais das empresas estão na inovação de produtos e estratégias de *marketing*. A modernização dos produtos, processos produtivos e serviços tem sido essencial para a permanência de empresas e prestadores de serviços neste setor.

Os relatórios de desempenho de 2020 serão divulgados no segundo semestre deste ano, mas as instituições já puderam apurar que em alguns segmentos houve crescimento mesmo em meio a crise econômica. Para o ano de 2021 a ABINPET também projeta um crescimento significativo em todos os segmentos do setor.

A mudança no estilo de vida que estamos enfrentando em consequência do isolamento social ao qual estamos submetidos desde março de 2020, muito provavelmente refletirá em mudanças no perfil de consumo dos tutores de pets. As compras em comércio eletrônico, entregas domiciliares, adoção de hábitos de vida mais saudáveis, prática de exercícios físicos, caminhadas, etc. Toda mudança comportamental observada no hábito de consumo dos tutores de pets, pode se refletir no consumo de produtos e serviços para os seus animais de estimação.

Referências Bibliográficas

ABINPET, Associação Brasileira da Indústria de Produtos Para Animais de Estimação -. Os Pets no Novo Agro: caderno especial. **Agroanalysis: A Revista do Agronegócio da FGV**, São Paulo, v. 35, n. 1, p. 35-40, jan. 2015. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/agroanalysis/issue/view/2840/116>. Acesso em: 04 fev. 2021.

ABINPET, Associação Brasileira da Indústria de Produtos Para Animais de Estimação. **Relatório Mercado Pet Brasil 2014**. São Paulo: ABINPET, 2014. 8 p.

ABINPET, Associação Brasileira da Indústria de Produtos Para Animais de Estimação. **Relatório Mercado Pet Brasil 2016**. São Paulo: ABINPET, 2016. 8 p.

ABINPET, Associação Brasileira da Indústria de Produtos Para Animais de Estimação. **Relatório Mercado Pet Brasil 2017**. São Paulo: ABINPET, 2017. 8 p.

ABINPET, Associação Brasileira da Indústria de Produtos Para Animais de Estimação. **Relatório Mercado Pet Brasil 2018**. São Paulo: ABINPET, 2018. 8 p.

ABINPET, Associação Brasileira da Indústria de Produtos Para Animais de Estimação. **Manual Pet Food Brasil**. 10. ed. São Paulo: ABINPET, 2019.

ABINPET, Associação Brasileira da Indústria de Produtos Para Animais de Estimação. **Relatório Mercado Pet Brasil 2020**. São Paulo: ABINPET, 2020. 8 p.

BNDES, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. **Panorama da indústria farmacêutica veterinária**. Rio de Janeiro: Bndes, 2007. 157-174 p. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/bibliotecadigital>. Acesso em: 01 maio 2021.

BRASIL. **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. Decreto nº 6296, de 11 de dezembro de 2007. Inspeção e fiscalização obrigatórias dos produtos destinados à alimentação animal. Diário Oficial, Brasília, 12 de dezembro de 2007.

CABRAL, Francisco Giugliano de Souza; SAVALLI, Carine. Sobre a relação humano-cão. **Psicologia Usp**, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 1-9, 2020. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0103-6564e190109>.

ELIZEIRE, Mariane Bräscher. **Expansão do mercado pet e a importância do marketing na medicina veterinária**. 2013. 51 f. TCC (Graduação) - Curso de Medicina Veterinária, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

ESTADÃO, **Pesquisa IBOPE mostra a diferença entre donos de cães e gatos**. 2016. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/blogs/comportamento-animais/pesquisa-do-ibope-mostra-a-diferenca-entre-donos-de-caes-e-gatos/>. Acesso em 15 fev. 2021.

FEDIAF, **The European Pet Food Industry. Annual Report 2020**. Bruxelas: Fediaf, 2020. 48 p. Disponível em: https://www.fediaf.org/images/FEDIAF_Annual_Report_2020_cor.pdf. Acesso em: 21 mar. 2021.

FORBES. **Brasil torna-se o segundo maior mercado de produtos pet**. 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/principal/2020/08/brasil-torna-se-o-segundo-maior-mercado-de-produtos-pet/>. Acesso em: 08 fev. 2021.

IBGE, **Estimativas 2020 - IBGE estima população do país em 211,8 milhões de habitantes**. 27 ago. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/28676-ibge-estima-populacao-do-pais-em-211-8-milhoes-de-habitantes>. Acesso em: 30 mar. 2021.

IBGE, **PIB dos Municípios - Quase metade do PIB do país estava concentrado em 71 municípios em 2018**. 16 dez. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia->

de-noticias/noticias/29729-quase-metade-do-pib-do-pais-estava-concentrado-em-71-municipios-em-2018. Acesso em: 30 mar. 2021.

IPB, Instituto Pet Brasil. **Anuário Pet 2020**. São Paulo: Ipb, 2020. 6 p.

IPEADATA, Fundação Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – Base de Dados Macroeconômicos. **Taxa de câmbio comercial para compra: real (R\$) / dólar americano (US\$) – média**. Disponível em: <http://www.ipeadata.gov.br/ExibeSerie.aspx?module=m&serid=31922&oper=view>. Acesso em: 15 mar. 2021.

Kotrschal, K. (2018). How wolves turned into dogs and how dogs are valuable in meeting human social needs. People and Animals: **The International Journal of Research and Practice**, 1(1), 1-18. Recuperado de <https://docs.lib.purdue.edu/paij/vol1/iss1/6>

MAZON, Marcia da Silva; MOURA, Wandgleisom Garcia de. Cachorros e humanos: mercado de rações pet em perspectiva sociológica. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, [S.L.], v. 17, n. 1, p. 138-158, 9 maio 2017. EDIPUCRS. <http://dx.doi.org/10.15448/1984-7289.2017.1.25292>.

SAAD, Flávia Maria de Oliveira Borges; FRANÇA, Janine. Alimentação natural para cães e gatos. **Revista Brasileira de Zootecnia**, [S.L.], v. 39, n. , p. 52-59, jul. 2010. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1516-35982010001300007>.

SEBRAE, Mercado pet cresce e traz novas oportunidades de negócios, 2019. Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/mercado-pet/>. Acesso em: 21 mar. 2021.

STILO, IPB, **Mercado pet deve crescer 13% em 2020, puxado por pet food e produtos veterinários**, 2020. Disponível em: <https://www.editorastilo.com.br/mercado-pet-deve-crescer-13-em-2020-puxado-por-pet-food-e-produtos-veterinarios/>. Acesso em: 20 mar. 2021.