



PERFIL DE CONSUMIDORES de pet food

BRASIL

Agenda

Introdução

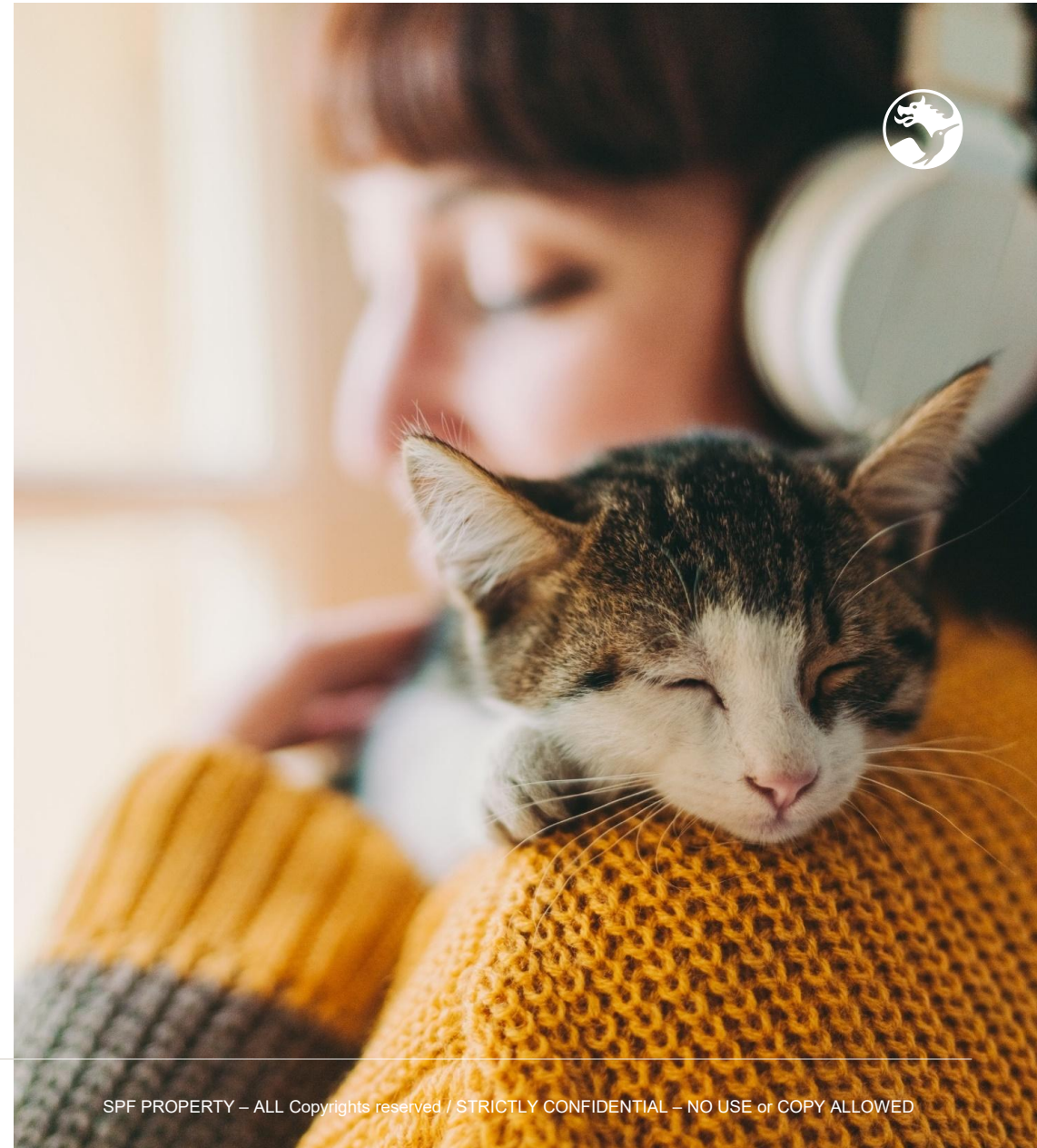
Atitudes em relação ao pet food

A rotina de alimentação dos pets

Hábitos e gatilhos de compra

Tipologias dos pet parents

Principais aprendizados





Introdução

Contexto e objetivos

De “tutores de pet” para “pet parents”

Este estudo fornece uma compreensão abrangente da relação entre os pais dos pet e o pet food, revelando os diferentes grupos-alvo que moldam o mercado.

Em especial, prevê:

- Um diagnóstico racional e quantitativo da **população de pet parents no Brasil**: suas necessidades, usos, hábitos de compra e alavancas de influência,
- Os diferentes **“perfis de personalidade”** que podem ser usados para identificar novas oportunidades de negócios e adaptar os esforços de marketing aos alvos selecionados para suas marcas.



Metodologia



Metodologia: pesquisa quantitativa de consumidores de Uso e Atitudes, realizada online via **LOOP**, a plataforma de insights da Yummypet, com 443 entrevistados.



Localização: Brasil



Questionário: 39 perguntas fechadas sobre as atitudes dos tutores de animais de estimação em relação aos alimentos para animais de estimação, a rotina alimentar de seus animais de estimação, seus hábitos de compra e gatilhos.



Público-alvo: 100% tutores de cães e gatos (50% gatos/50% cães), com 18+ anos, responsáveis pela compra do pet food.



Nota metodológica: todas as questões foram cruzadas por subgrupos específicos (pet, a faixa etária dos entrevistados, o tipo de pet food, o canal de compra) para fins de análise.

Os resultados são apresentados por tipo de animal de estimação com **comparações estatísticas entre cães e gatos**.

As diferenças estatísticas entre as subpopulações são destacadas da seguinte forma:



++ significativo @95% nível de confiança
+ tendência @90% nível de confiança



Segmentação de consumidores: para maior robustez, a **tipologia foi baseada em uma amostra mundial de 2.669 pet parents** (do Brasil, México, EUA, Canadá, França e Reino Unido).

Como a base de observação é mais ampla, a tipologia se beneficia de **maior precisão** na definição dos tipos de pais de estimação.

A metodologia permite ter uma **visão global dos segmentos, dimensionando-os em cada país**.



Perfil de amostra

Base de entrevistados: Total de tutores de cães ou gatos no Brasil 443



Gênero



Mulheres **86%**



Homens **14%**

Idade

60-75 anos **8%**

45-59 anos **29%**

35-44 anos **34%**

25-34 anos **21%**

18-24 anos **7%**

38%
Mais velhos
(45-75)

62%
Mais jovens
(18-44)

Pet



Gatos

50%



Cães

50%

Local de residência



74%
Cidade
grande



24%
Cidade
pequena



2%
Campo

Tipo de moradia



Casa

74%



Apartamento **26%**



Atitudes dos pet parents em relação ao pet food

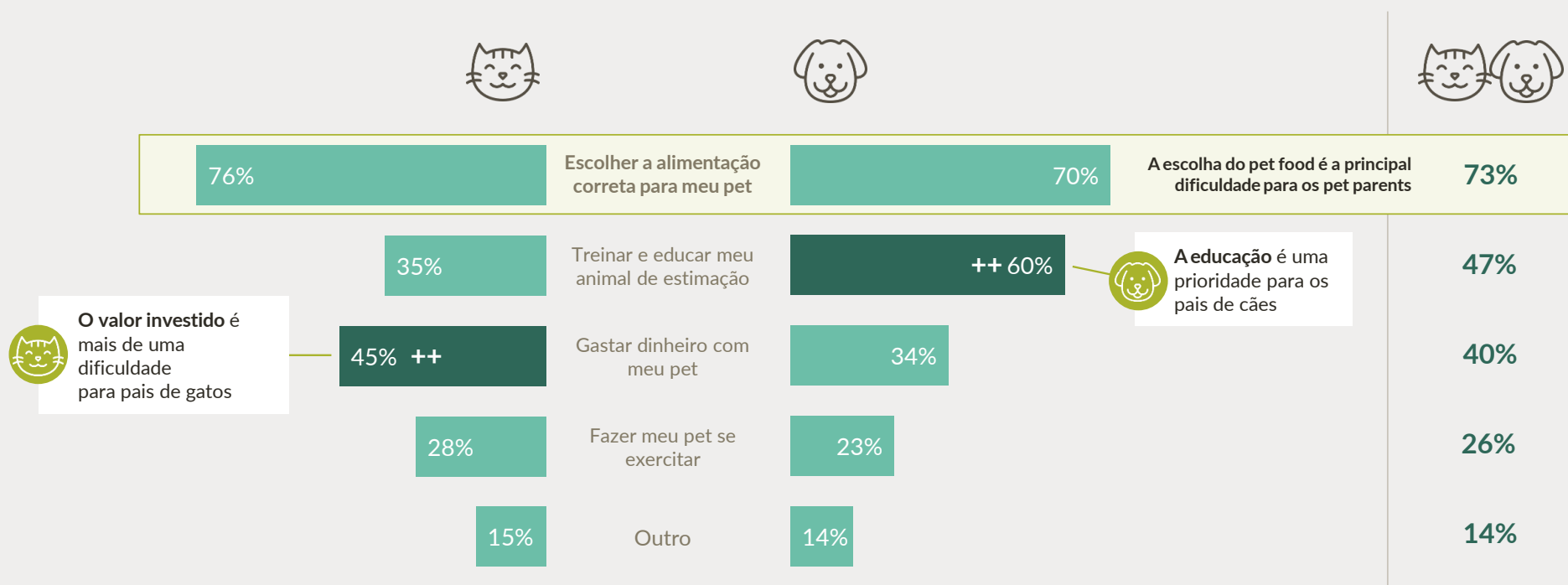
No geral, os pet parents enfrentam um obstáculo importante: a escolha do pet food

O valor investido é uma preocupação adicional para os tutores de gatos, enquanto a educação é mais uma dificuldade para os tutores de cães

ATITUDES EM RELAÇÃO AO PET FOOD | Dificuldades enfrentadas pelos tutores de animais de estimação

Na sua opinião, o que é mais difícil para você, como tutor de um animal de estimação?

Base de respondentes: tutores de gatos 222 | tutores de cães 221 | Total Brasil 443



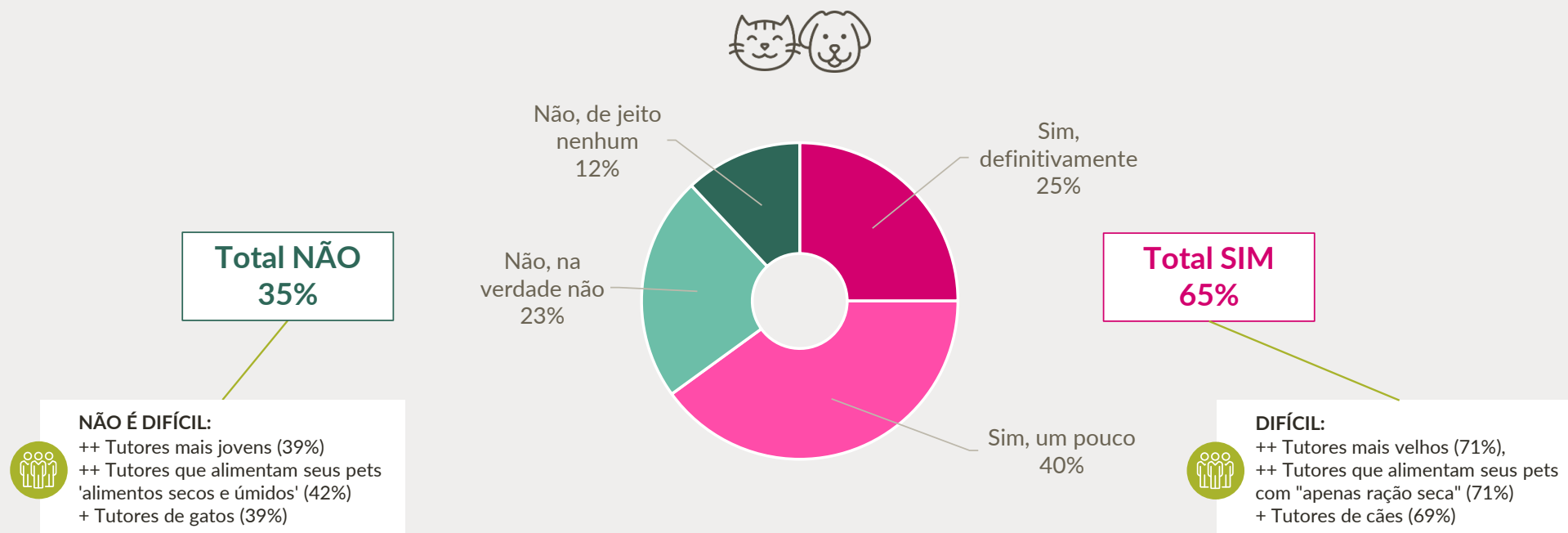
2 em cada 3 pet parents acreditam que alimentar corretamente seu pet é difícil

Maior dificuldade para tutores de animais mais velhos e pais de cães, que alimentam seus animais de estimação com ração

ATITUDES EM RELAÇÃO AO PET FOOD | Dificuldades enfrentadas pelos tutores de animais de estimação

Você acha que alimentar seu pet corretamente é mais difícil do que se alimentar corretamente?

Base de respondentes: Total Brasil 443



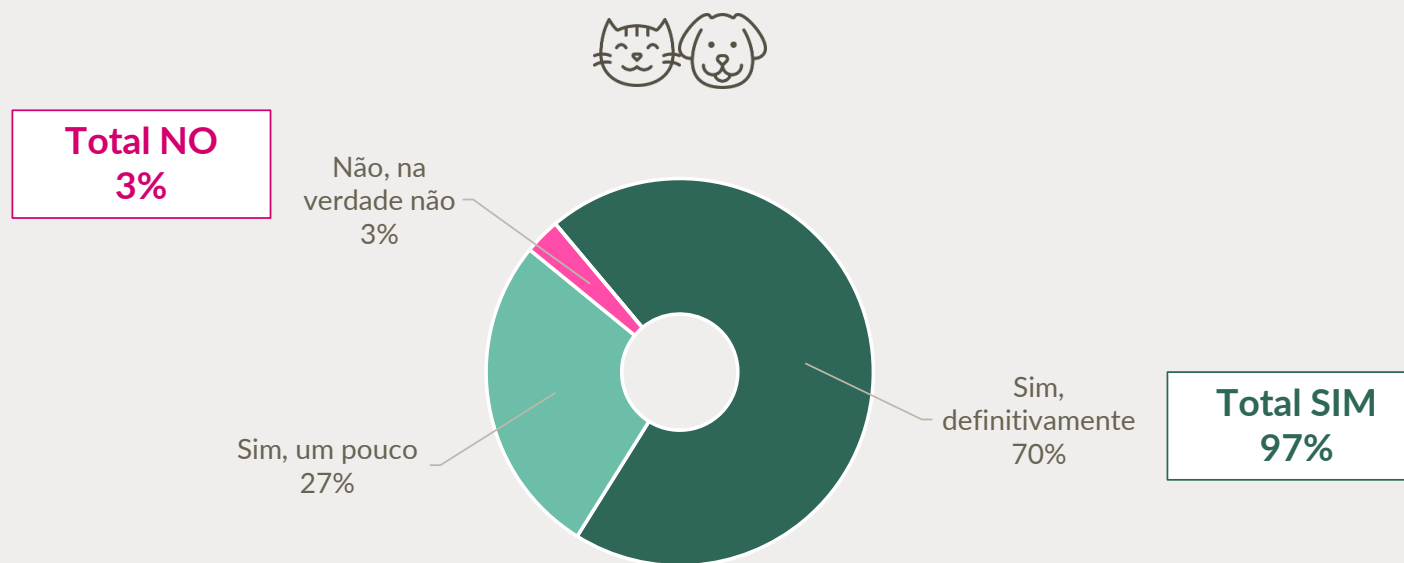
Alimentar corretamente os pets é uma preocupação emocional fundamental para os pet parents

De acordo com quase todos os tutores, a comida contribui para a felicidade de seus pets

ATITUDES EM RELAÇÃO AO PET FOOD | Contribuição dos alimentos para a felicidade dos animais de estimação

Você acha que o pet food contribui para a felicidade do seu pet?

Base de respondentes: Total Brasil 443



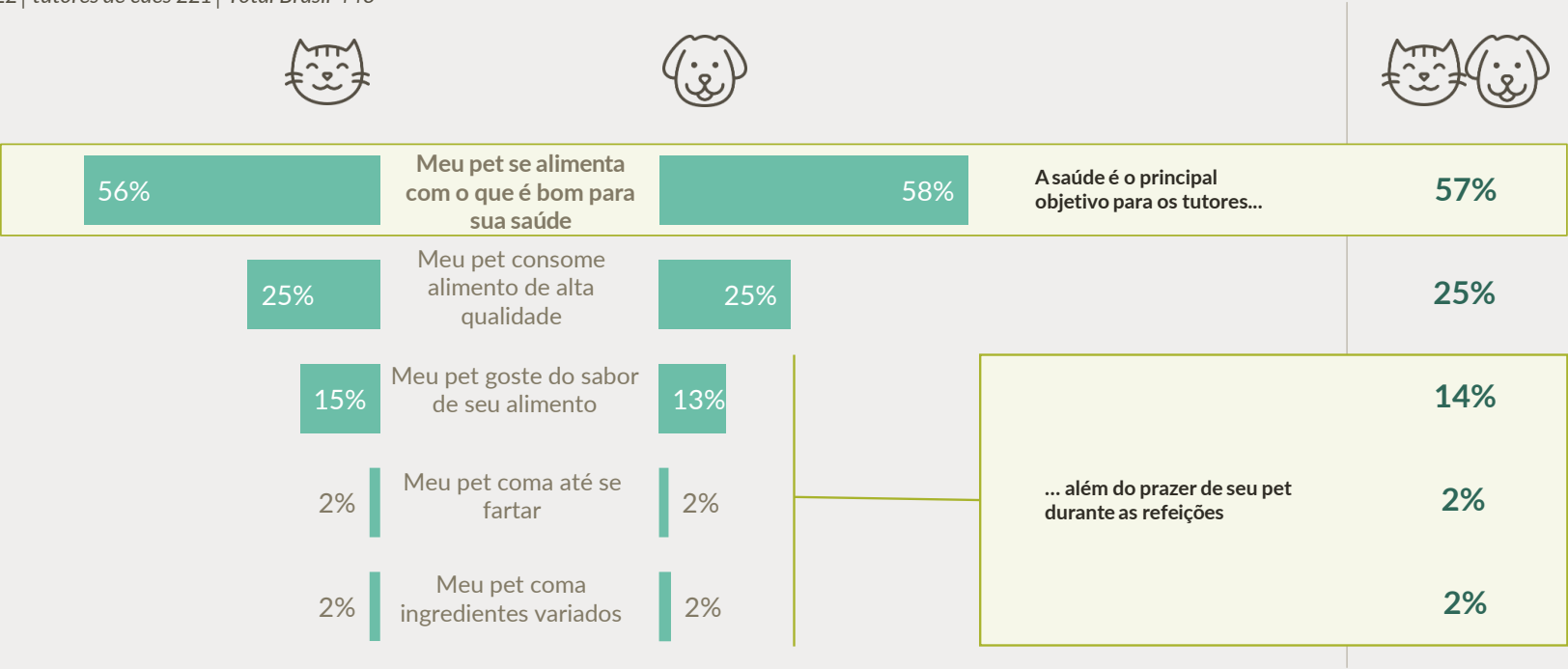
A felicidade dos pets está profundamente ligada à saúde

A saúde desempenha o papel principal nas percepções sobre o pet food: os tutores buscam alimentos que sejam bons para a saúde, muito mais do que a experiência de seus animais de estimação durante a refeição

ATITUDES EM RELAÇÃO AO PET FOOD | Principais critérios para alimentos para animais de estimação

O que é mais importante para você ao alimentar seu animal de estimação?

Base de respondentes: tutores de gatos 222 | tutores de cães 221 | Total Brasil 443



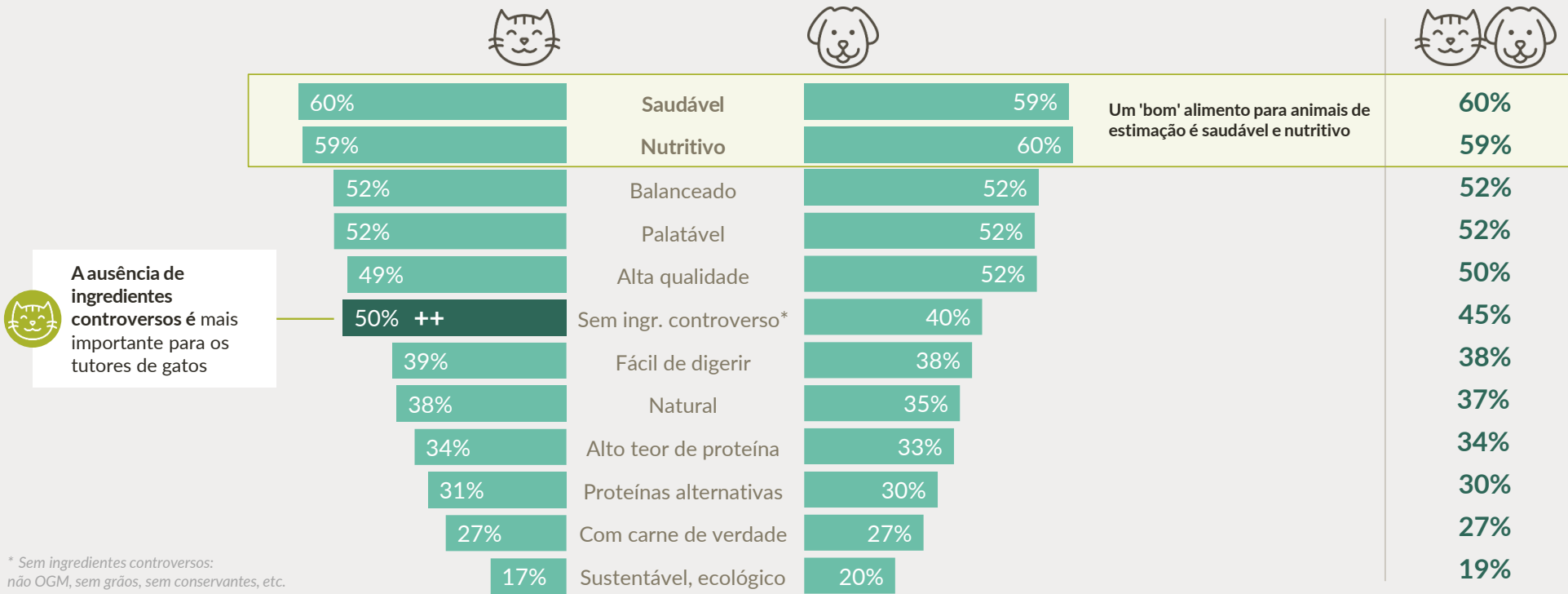
A saúde dos pets está associada a alimentos saudáveis e nutritivos

Não há diferença entre tutores de cães e gatos entre os 5 principais elementos associados a um 'bom pet food', exceto por ingredientes controversos, nos quais os tutores de gatos são mais sensíveis

ATITUDES EM RELAÇÃO AO PET FOOD | Um bom alimento para animais de estimação é...

Quais palavras você associa a um "bom" alimento?

Base de respondentes: tutores de gatos 222 | tutores de cães 221 | Total Brasil 443



* Sem ingredientes controversos: não OGM, sem grãos, sem conservantes, etc.



A rotina de alimentação

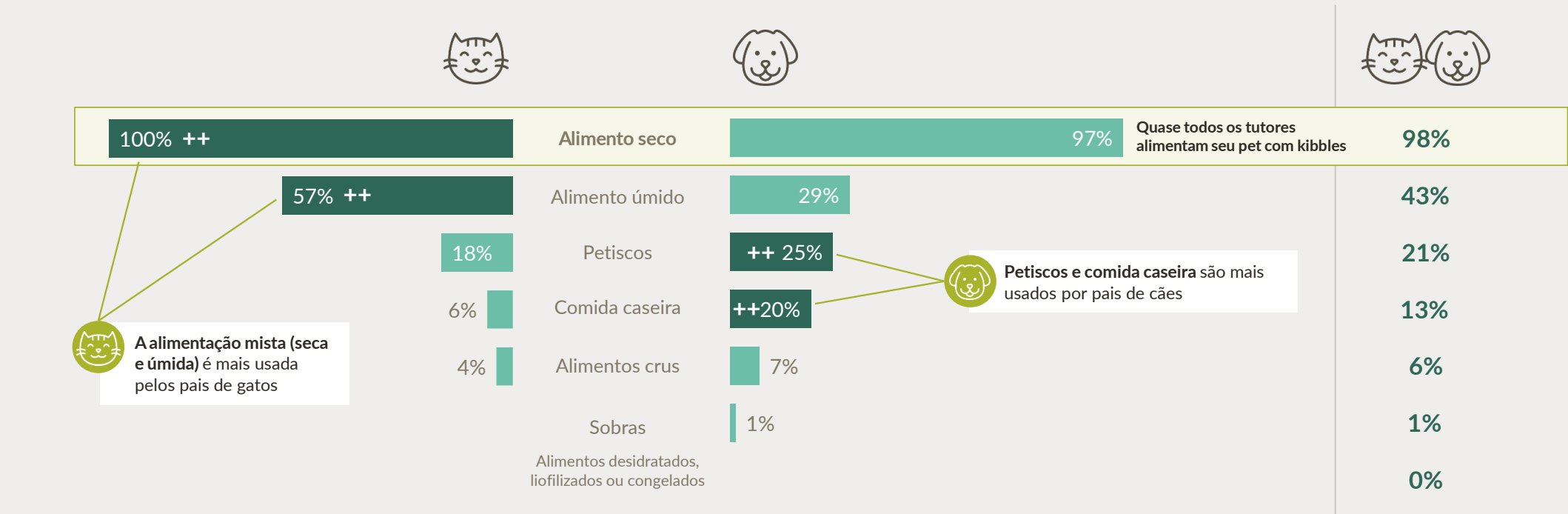
Quase todos os tutores alimentam seus pets com alimento seco

Os pais de gatos são consumidores mais frequentes de alimentos úmidos (56% de ração mista seca e úmida), enquanto os tutores de cães dão mais comida caseira e guloseimas

A ROTINA DE ALIMENTAÇÃO | Tipos de alimentos utilizados

Que tipo de alimento você dá ao seu animal de estimação?

Base de respondentes: tutores de gatos 222 | tutores de cães 221 | Total Brasil 443



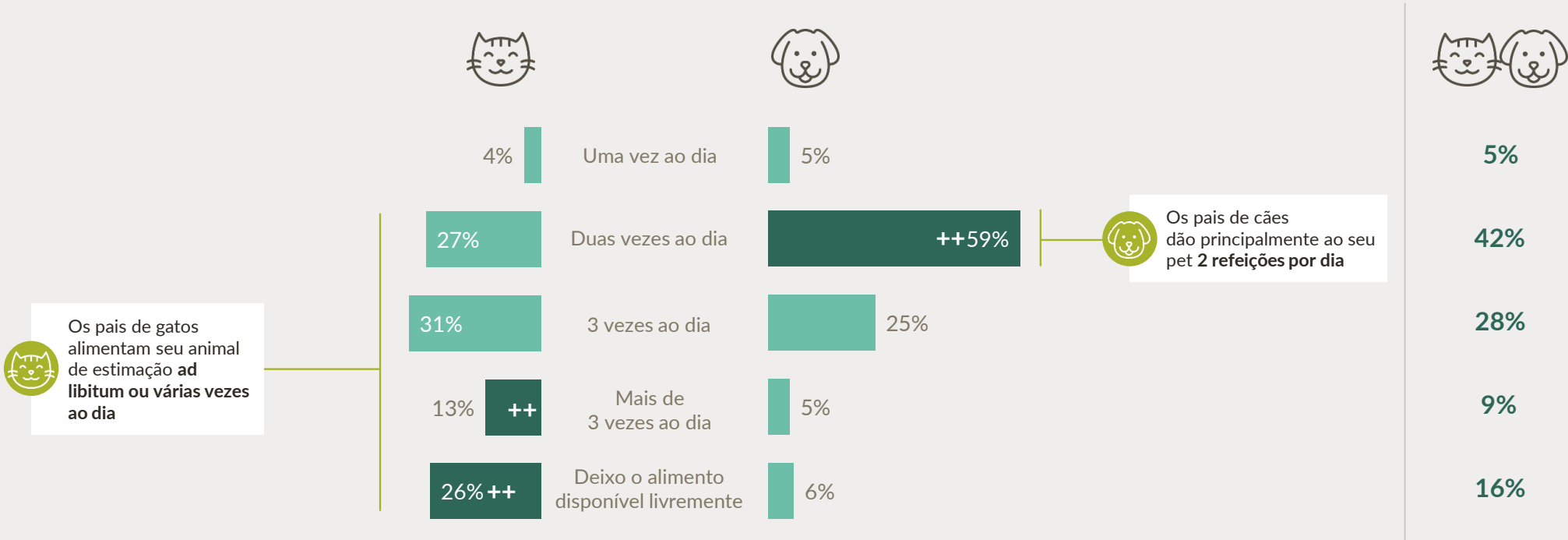
Cães e gatos têm rotinas alimentares diferentes

Os tutores tendem a respeitar os ritmos naturais de alimentação de seus pets: ad libitum ou várias refeições por dia para gatos e duas refeições por dia para cães

A ROTINA DE ALIMENTAÇÃO | Número de refeições por dia

Quantas vezes por dia você alimenta seu animal de estimação?

Base de respondentes: tutores de gatos 222 | tutores de cães 221 | Total Brasil 443



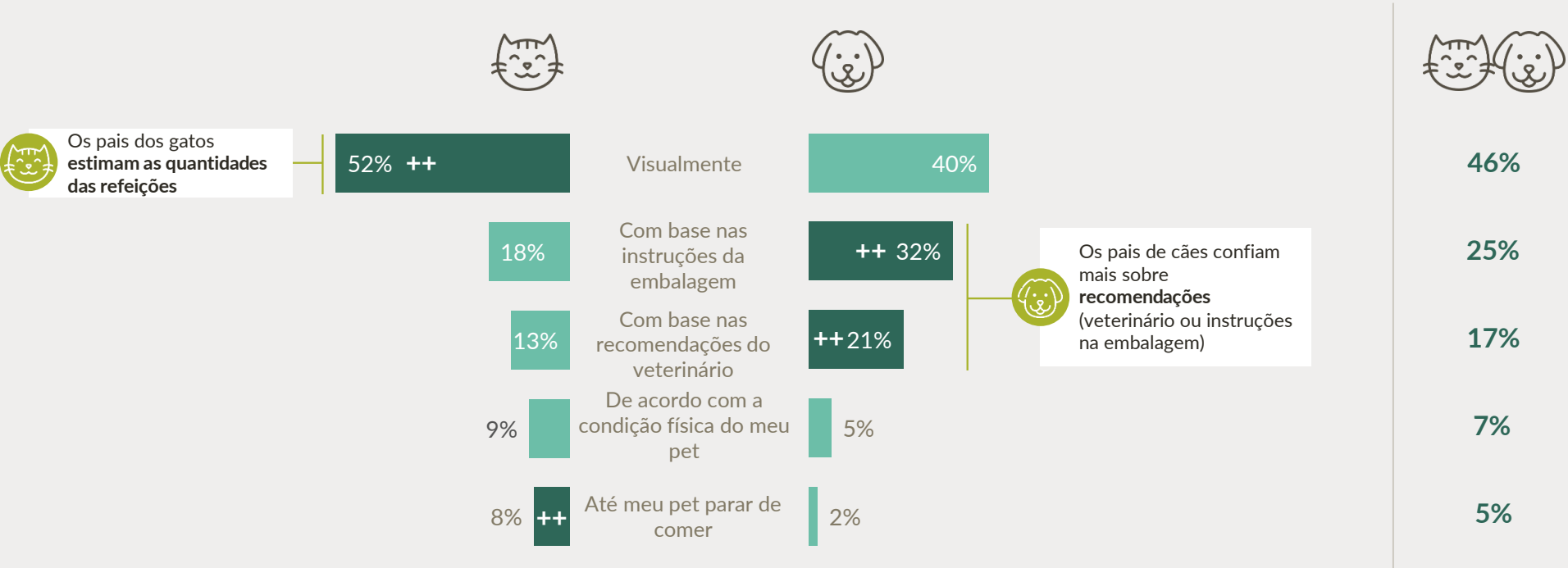
Pais de gatos e cães têm comportamentos diferentes em relação à distribuição de alimentos

Os tutores de gatos enchem principalmente a tigela intuitivamente, enquanto os tutores de cães confiam em recomendações (veterinários ou instruções na embalagem)

A ROTINA DE ALIMENTAÇÃO | Quantidade de alimentos

Como você decide quantidade de alimento para seu pet em cada refeição?

Base de respondentes: tutores de gatos 222 | tutores de cães 221 | Total Brasil 443





Hábitos e gatilhos de compra

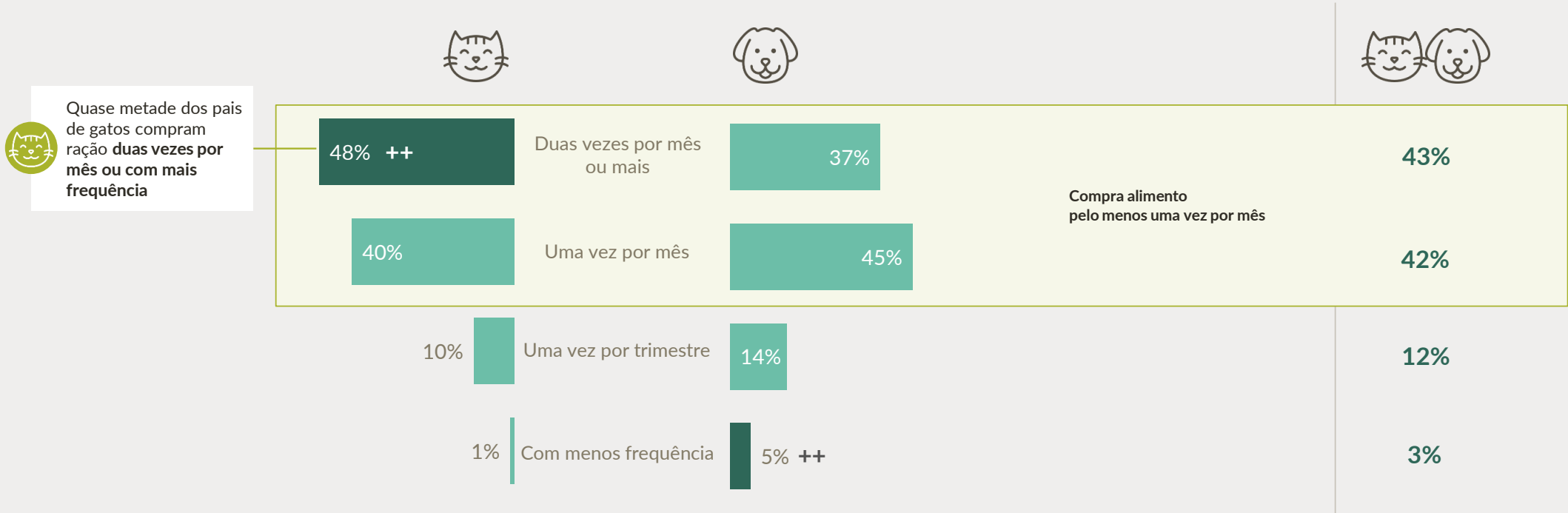
Os tutores compram pet food uma vez por mês ou com mais frequência

Os tutores de gatos são compradores mais frequentes do que os de cães

HÁBITOS DE COMPRA | Frequência de compra

Com que frequência você compra alimento para animais de estimação?

Base de respondentes: tutores de gatos 222 | tutores de cães 221 | Total Brasil 443



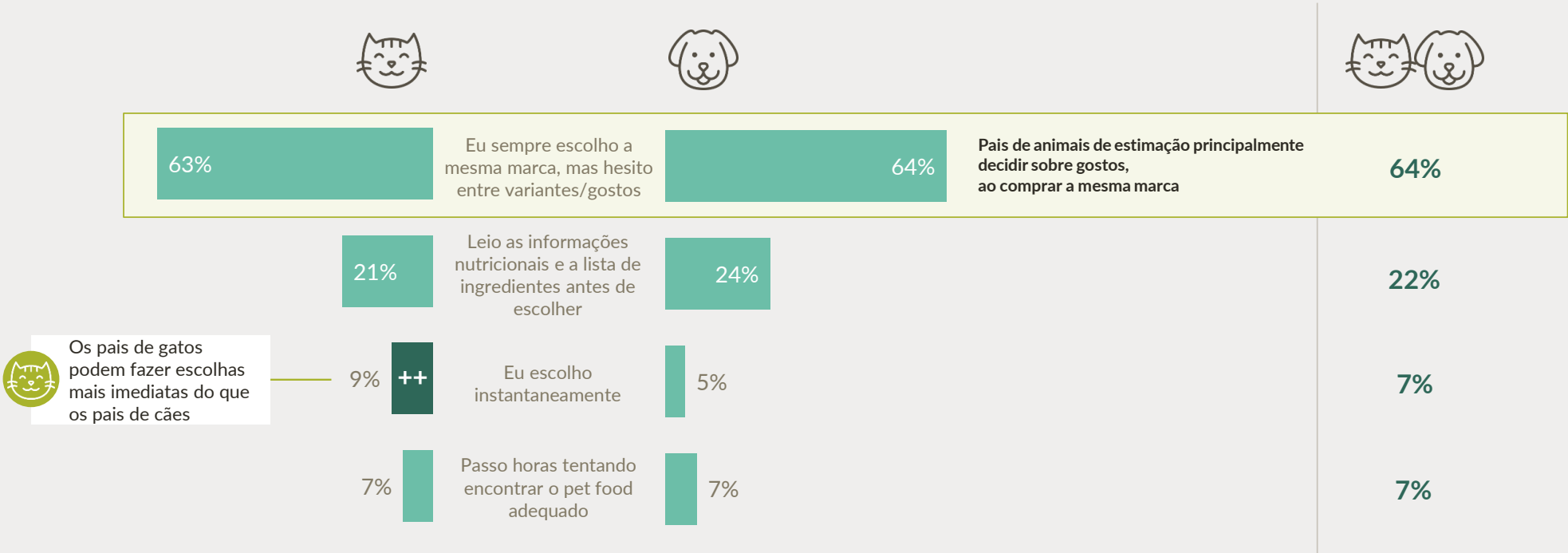
O processo de decisão de compra não é imediato

Quase dois terços declaram comprar a mesma marca e fazer sua escolha de acordo com o sabor. Informações nutricionais ou lista de ingredientes ajudam quase 1/4 dos tutores

HÁBITOS DE COMPRA | Processo de decisão

Como você decide qual pet food vai comprar?

Base de respondentes: tutores de gatos 222 | tutores de cães 221 | Total Brasil 443



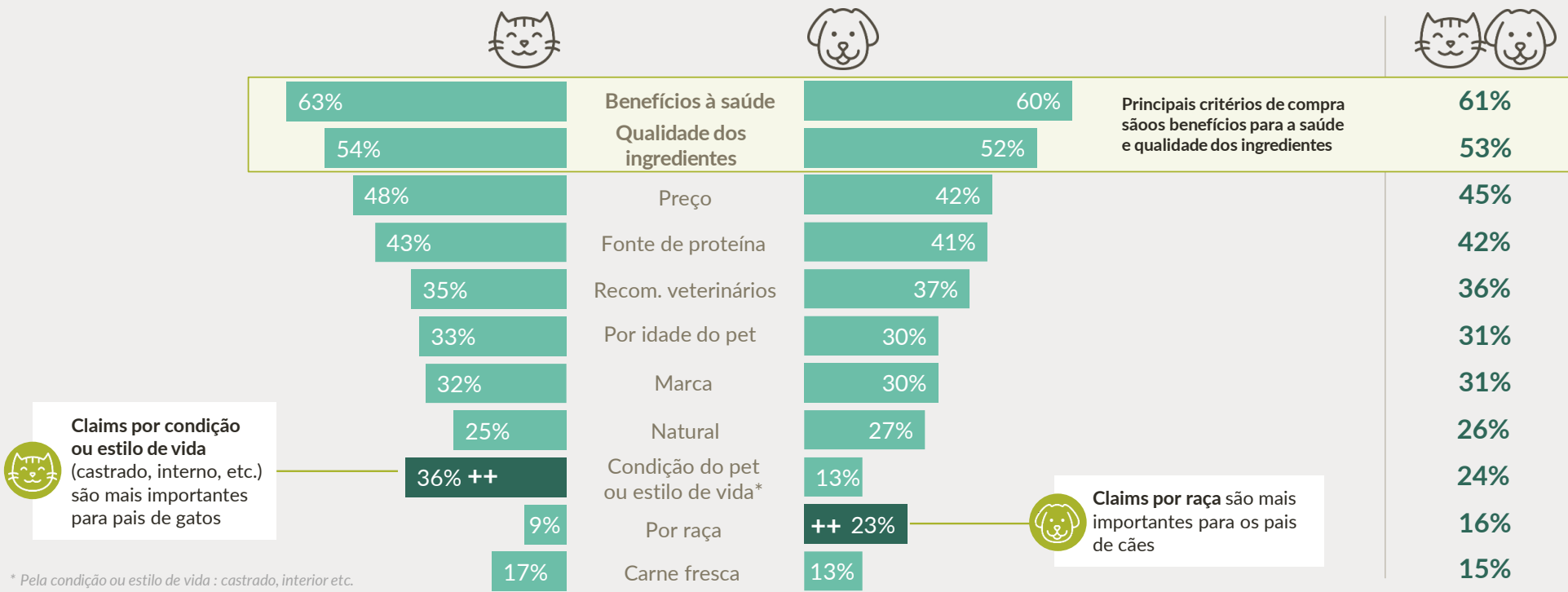
Os benefícios para a saúde e a qualidade dos ingredientes são fundamentais na escolha. Preço, fonte de proteína e recomendações veterinárias também são importantes

Os claims também podem ajudar (por condição, estilo de vida, raça...)

GATILHOS DE COMPRA | Critérios de compra - TOP 11

Entre os critérios listados abaixo, quais deles ajudam você a escolher o pet food?

Base de respondentes: tutores de gatos 222 | tutores de cães 221 | Total Brasil 443



* Pela condição ou estilo de vida : castrado, interior etc.

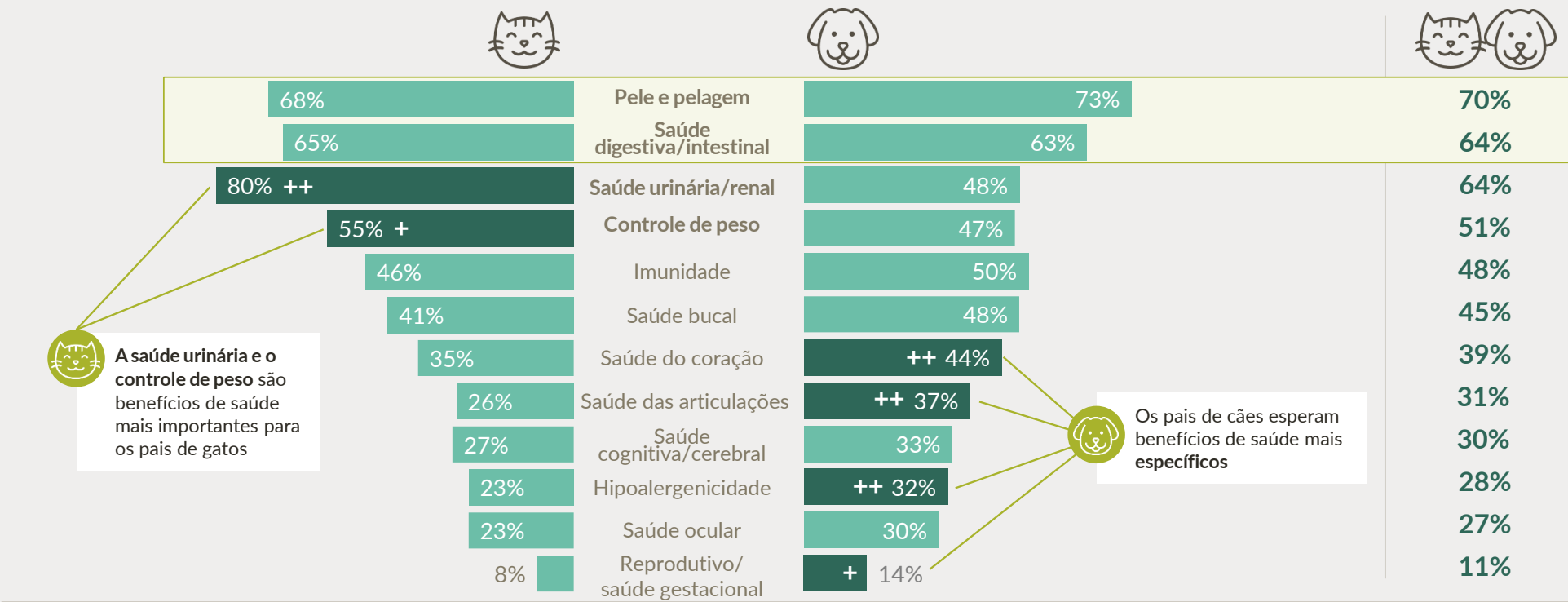
A saúde da pele, da pelagem e do intestino são os principais benefícios

Então, a espécie de animal de estimação gera necessidades adicionais de saúde: a saúde urinária e o controle de peso são muito importantes para os gatos, enquanto os cães estão mais preocupados com a saúde do coração, saúde das articulações e alergias

GATILHOS DE COMPRA | Benefícios para a saúde

Quais benefícios para a saúde você mais valoriza em seu pet food?

Base de respondentes: tutores de gatos 222 | tutores de cães 221 | Total Brasil 443

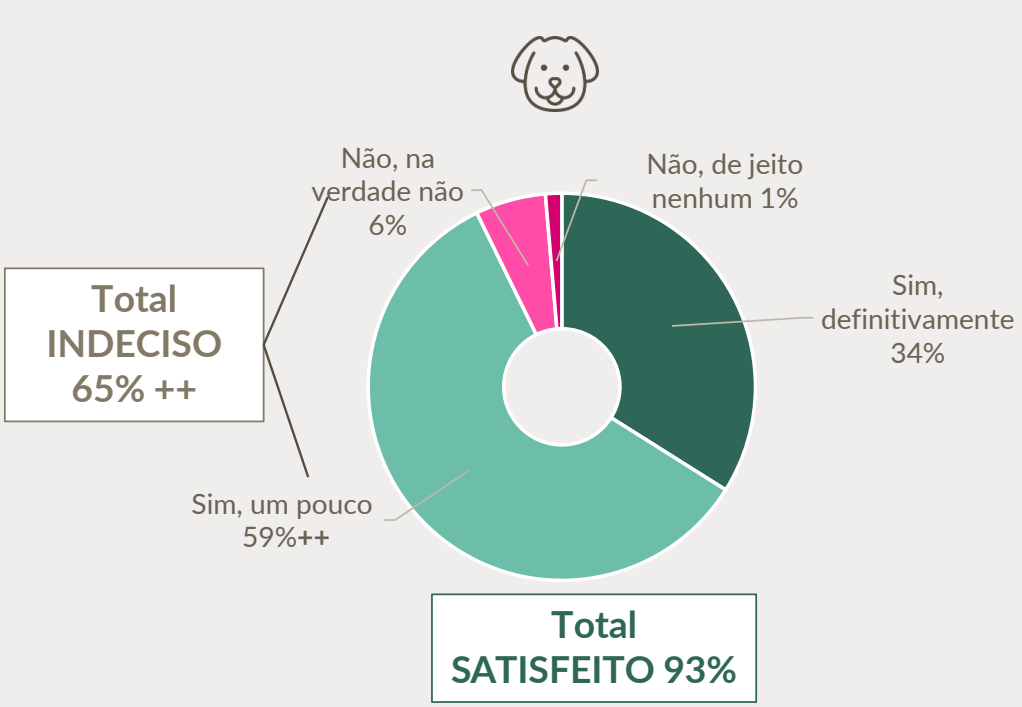
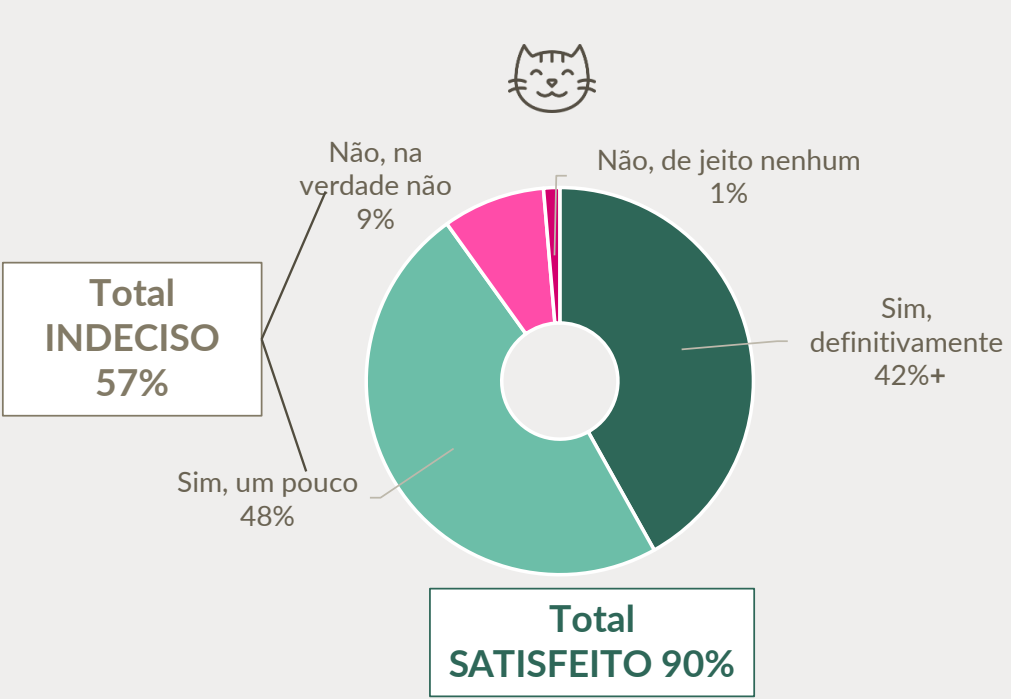


No geral, os tutores estão satisfeitos com seus atuais alimentos, embora o nível de indecisos seja muito alto

ATITUDES EM RELAÇÃO AOS PET FOOD | Percepção dos alimentos atuais

Você diria que o alimento atual do pet combina com ele?

Base de respondentes: tutores de gatos 222 | tutores de cães 221 | Total Brasil 443



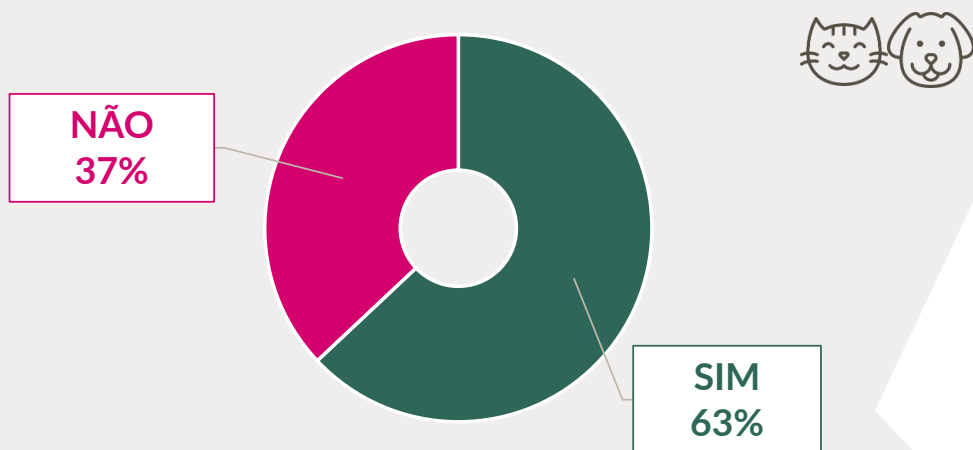
Quase dois terços de todos tutores mudaram recentemente seu pet food

A mudança é feita principalmente para um alimento de uma marca diferente, com o mesmo preço ou mais caro, o que sinaliza que o preço não é o principal motivo para a mudança do pet food

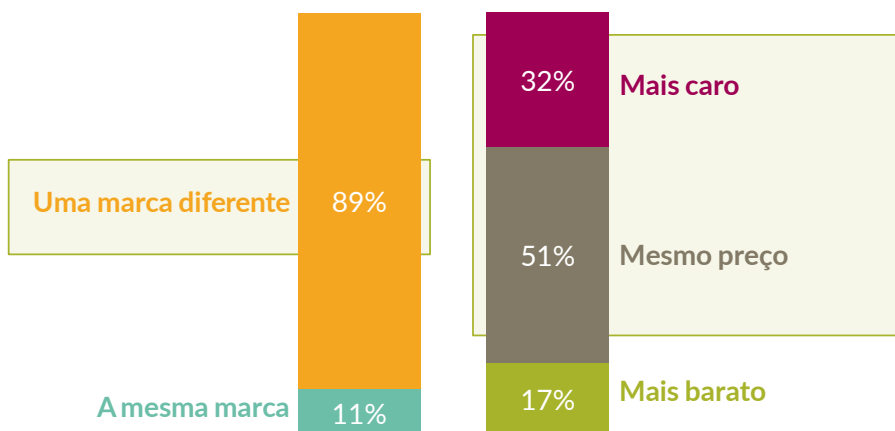
HÁBITOS DE COMPRA | Fidelidade à marca

Você trocou o pet food nos últimos 12 meses?

Base de entrevistados: Total de tutores de cães ou gatos no Brasil 443



Se SIM: Quando você trocou o pet food, foi para...



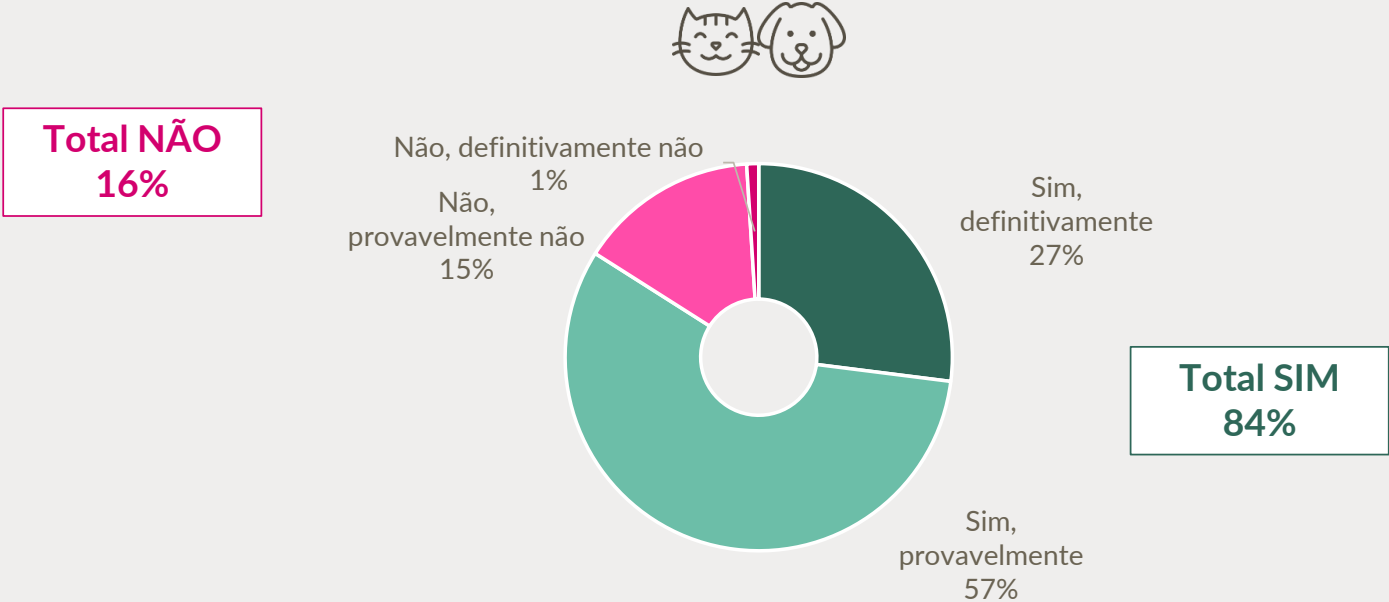
Considerando a mudança do pet food, os tutores estariam dispostos a pagar mais por um alimento mais adequado às necessidades de pets

O que confirma que o preço não é o principal motivo para mudança

HÁBITOS DE COMPRA | Prontidão para pagar mais por uma ração melhor

Você estaria disposto a pagar mais por uma dieta mais adequada às necessidades do seu animal de estimação?

Base de entrevistados: Total de tutores de cães ou gatos no Brasil 443





Tipologias dos pet parents

A nível global, 6 tipos de tutores moldam o mercado de pet food

De acordo com suas expectativas sobre os benefícios dos alimentos e seu nível de envolvimento na escolha dos alimentos para animais de estimação





Vera

A seguidora dos especialistas



- ✘ Prefere confiar em “especialistas” para a escolha do alimentos.
- ✘ Não se considera especialista em nutrição, mas quer o melhor para seu pet
- ✘ Busca por pet food saudável e nutritivo
- ✘ Ela geralmente alimenta pet com alimento seco e raramente oferta outros tipos alimentos
- ✘ Ela é fiel ao seu pet food, que compra na maioria das vezes em lojas especializadas
- ✘ Por recomendação, estaria disposta a pagar mais por uma dieta mais adequada



VERA, a seguidora dos especialistas | 58% no Brasil

EU 20%; NA 26%; LATAM 49%



Concentre-se em canais de compra especializados e aproveite a segurança que os veterinários oferecem



Conselheiros
embaixadores



Saúde como
diferencial



Qualidade
Especificidades



Cuidado
aumento preços



Cuidado com
detratores



Preço
legitimado



Publicações e
recomendações



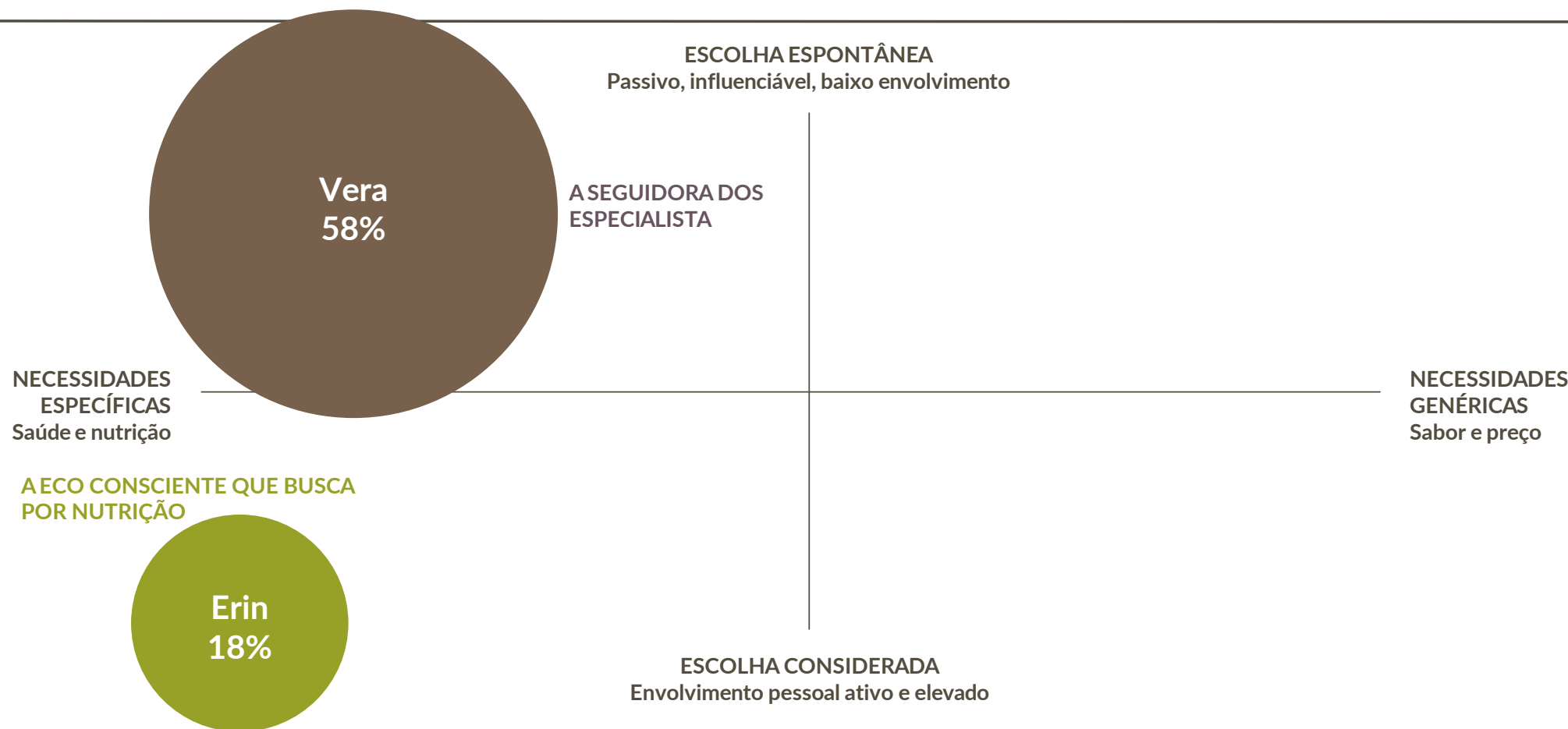
Promoção
secos e úmidos



Amostras

A nível global, 6 tipos de tutores moldam o mercado de pet food

De acordo com suas expectativas sobre os benefícios dos alimentos e seu nível de envolvimento na escolha dos alimentos para animais de estimação





Erin

A eco consciente que busca por nutrição



- ✎ Buscar por alimento saudável e natural
- ✎ Ela é pessoalmente ativa em sua escolha e investe tempo para selecionar cuidadosamente os produtos que compra, online ou em pet shop.
- ✎ Fortemente impulsionada por ingredientes naturais ela geralmente compra alimentos, mas também pode cozinhar
- ✎ Ela é a mais disposta a mudar a dieta
- ✎ Ela é o melhor alvo para proteínas alternativas e novas tecnologias



ERIN, a eco consciente que busca por nutrição | 18% no Brasil
EU 11%; NA 12%; LATAM 13%



Concentre-se na presença online e em marcas alternativas e capitalize a confiança gerada a partir de informações transparentes



Naturalidade



Conte sua história



Desconfiança pela massa



Saúde/bem-estar holísticos



Preço x Ingrid. superiores



Construa comunidades



Negative claims



Ingredientes alternativos



Marketing de conteúdo



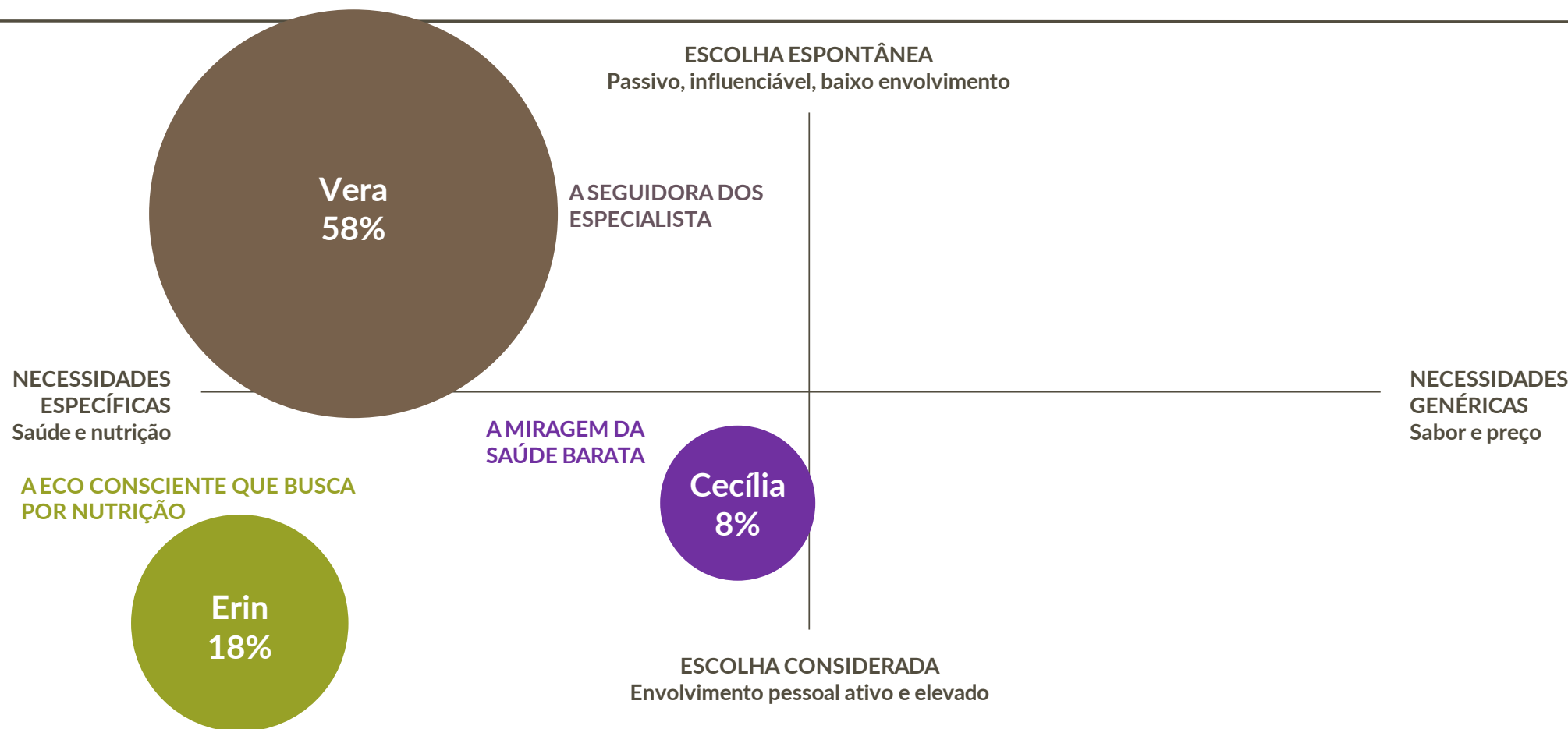
Qualidade Ingrediente real



Conformidade ambiental

A nível global, 6 tipos de tutores moldam o mercado de pet food

De acordo com suas expectativas sobre os benefícios dos alimentos e seu nível de envolvimento na escolha dos alimentos para animais de estimação





Cecília

A miragem da saúde barata



- ✘ CECILIA é preocupada com a saúde e qualidade dos ingredientes
- ✘ Ela passa um tempo online (onde faz compras) para selecionar a dieta que acha boa para seu pet
- ✘ Ela oferta ao seu pet alimento seco e também é a usuária mais importante de alimentos úmidos e petiscos
- ✘ No geral, ela está satisfeita com o produto atual.
- ✘ Ela considera que fornece produtos Super premium, enquanto compra marcas premium, o que sinaliza suas ilusões sobre o que é um alimento saudável para animais de estimação.



CECILIA, a miragem da saúde barata | 8% no Brasil

EU 26%; NA 20%; LATAM 8%



Concentre-se em lojas on-line e aproveite as oportunidades dos territórios funcionais e emocionais, para produtos de saúde liderados pelo marketing

Gosta de líderes alternativos



Benefícios à saúde



Qualidade dos ingredientes



Mídias Sociais



Experiências sensoriais



Novidade e diversão



Prazer dos pets



Quebra da rotina



Programas de fidelidade



Aplicativos



Marketing direto



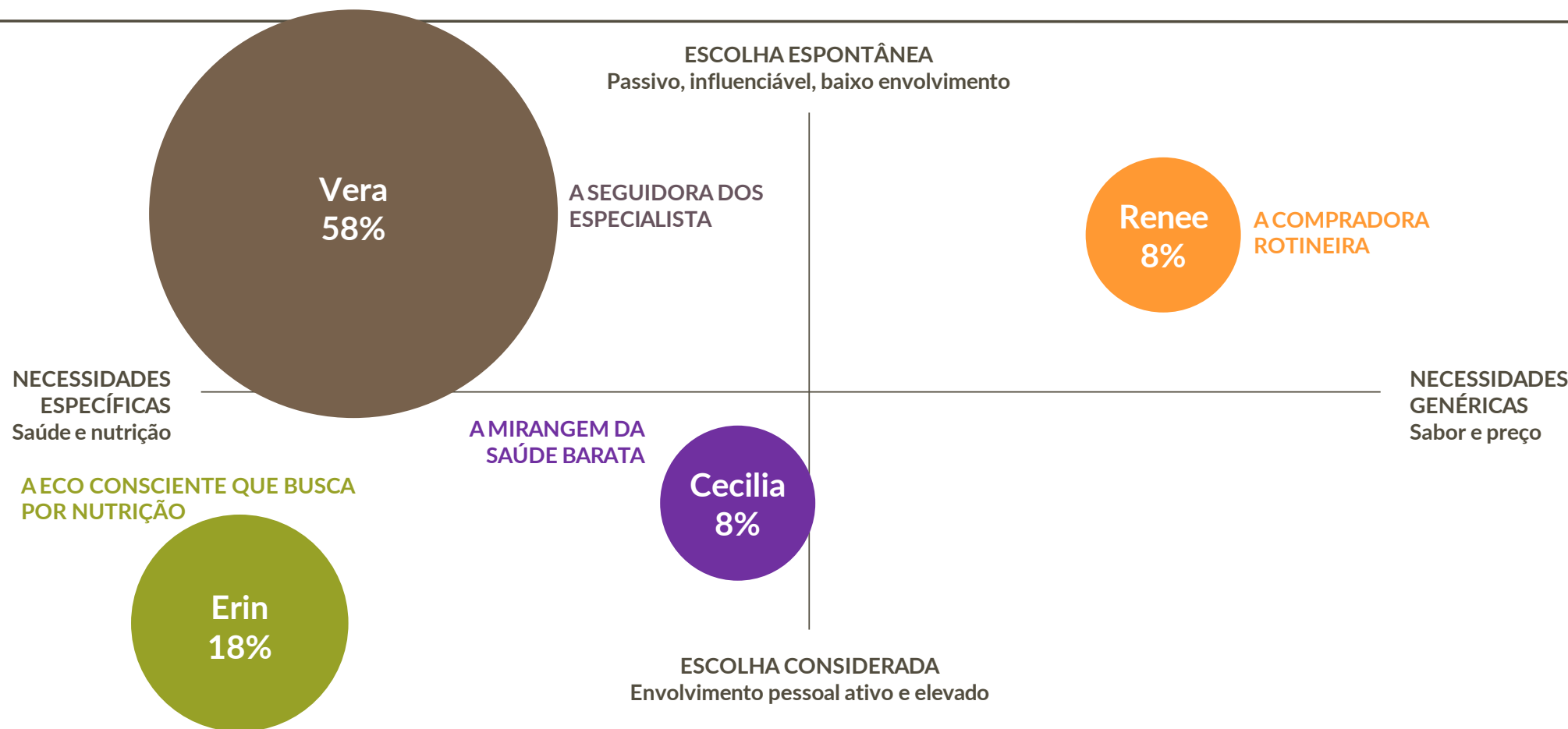
Conformidade ambiental



Assuntos do momento

A nível global, 6 tipos de tutores moldam o mercado de pet food

De acordo com suas expectativas sobre os benefícios dos alimentos e seu nível de envolvimento na escolha dos alimentos para animais de estimação





Renee

A compradora rotineira

.....



- ✎ RENEE é uma comprador rotineira, movida pela simplicidade, sabor e preço.
- ✎ Ela compra em supermercados, provavelmente enquanto compra produtos para sua casa.
- ✎ Ela é a mais fiel à marca e geralmente escolhe as mesmas marcas, instantaneamente.
- ✎ Quando ela muda de produto seleciona um alimento pelo mesmo preço ou mais barato.
- ✎ Ela é uma das menos dispostas a pagar mais por uma dieta mais adequada ao seu animal de estimação.



Renee, a compradora rotineira | 8% no Brasil

EU 24%; NA 20%; LATAM 17%



Concentre-se nos canais de venda práticos
Uma experiência de compra simples e prazer em torno da refeição



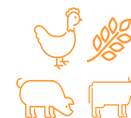
Preço



Simplicidade



Promoção
nas prateleiras



Sabor



Marca



Conveniência



Evite
complexidade



Visibilidade
em massa



Vínculo
emocional

A nível global, 6 tipos de tutores moldam o mercado de pet food

De acordo com suas expectativas sobre os benefícios dos alimentos e seu nível de envolvimento na escolha dos alimentos para animais de estimação



ESCOLHA ESPONTÂNEA
Passivo, influenciável, baixo envolvimento

Vera
58%

A SEGUIDORA DOS
ESPECIALISTA

Renee
8%

A COMPRADORA
ROTINEIRA

NECESSIDADES
ESPECÍFICAS
Saúde e nutrição

NECESSIDADES
GENÉRICAS
Sabor e preço

A ECO CONSCIENTE QUE BUSCA
POR NUTRIÇÃO

A MIRANGEM DA
SAÚDE BARATA

Cecilia
8%

Erin
18%

Helena
7%

A QUE COZINHA
EM CASA

ESCOLHA CONSIDERADA
Envolvimento pessoal ativo e elevado



Helena

A que cozinha em casa



- ✎ HELENA é movida pela saúde e nutrição e confia em si mesma
- ✎ Utiliza ingredientes naturais e dá importância ao alto teor de proteína, carne de verdade, ausência de ingredientes controversos.
- ✎ Adiciona regularmente suplementos dietéticos para cobrir as necessidades de seu animal de estimação.
- ✎ Compra alimentos industrializados com menor frequência, mas é um bom alvo para novas tecnologias
- ✎ Está disposta a pagar mais por uma dieta mais adequada



Helena, a que cozinha em casa | 7% no Brasil
EU 9%; NA 13%; LATAM 11%



**Capitalize a segmentação indireta
para capturar gatilhos emocionais, por exemplo, amor, compartilhamento e controle**



DIY meal



Simplicidade



Segurança
dos alimentos



Apelo culinário



Receitas



Negative claims



Novas
tecnologias



Suplementos
naturais



Ingredientes
prontos para uso



Ingredientes
fresco/reais



Benefícios à
saúde



Variedade

A nível global, 6 tipos de tutores moldam o mercado de pet food

De acordo com suas expectativas sobre os benefícios dos alimentos e seu nível de envolvimento na escolha dos alimentos para animais de estimação



ESCOLHA ESPONTÂNEA
Passivo, influenciável, baixo envolvimento

Vera
58%

A SEGUIDORA DOS
ESPECIALISTA

Renee
8%

A COMPRADORA
ROTINEIRA

NECESSIDADES
ESPECÍFICAS
Saúde e nutrição

NECESSIDADES
GENÉRICAS
Sabor e preço

A ECO CONSCIENTE QUE BUSCA
POR NUTRIÇÃO

A MIRANGEM DA
SAÚDE BARATA

Cecilia
8%

Tess
1%

O SABOROSO
A UM MENOR CUSTO

Erin
18%

Helena
7%

A QUE COZINHA
EM CASA

ESCOLHA CONSIDERADA
Envolvimento pessoal ativo e elevado



Tess

O saboroso a um menor custo



- ✘ A TESS é movida pelo gosto a um preço barato.
- ✘ Ela é o oposto da que “domina o assunto” e acha que alimentar animais de estimação corretamente não é tão difícil.
- ✘ Ela alimenta seu animal de estimação com muitos tipos de alimentos (secos, úmidos, guloseimas, sobras humanas, caseiros).
- ✘ Ela compra marcas econômicas a de preço médio
- ✘ Ela não tem interesse real no conteúdo
- ✘ Ela é uma das menos dispostas a pagar mais por uma dieta



Tess, o saboroso a um menor custo | 1% no Brasil EU 10%; NA 9%; LATAM 2%

.....



Foco em compras no mercado de massa e canais online
e capitalizar a experiência prazerosa em torno da refeição



Preço



Promoção
nas prateleiras



Variedade



Marca



Novidade



Diversão

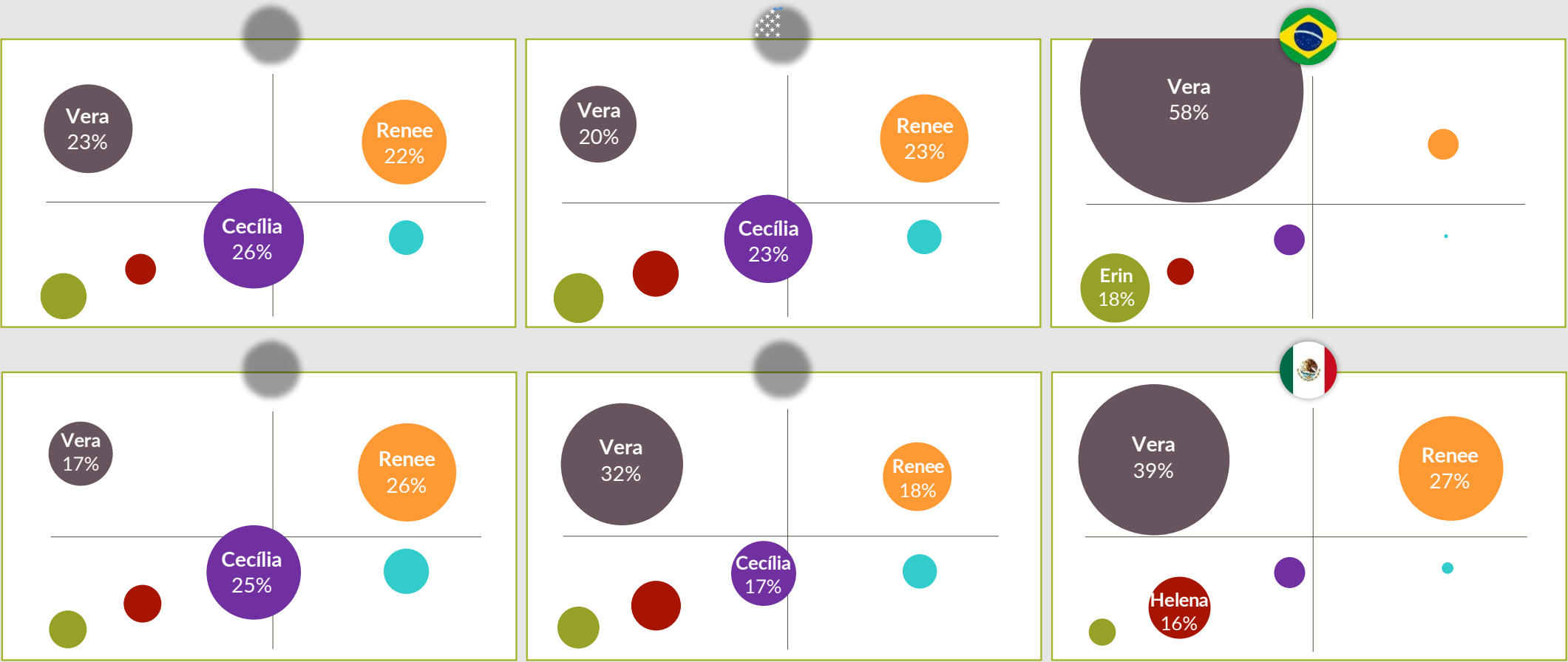


Visibilidade
em massa

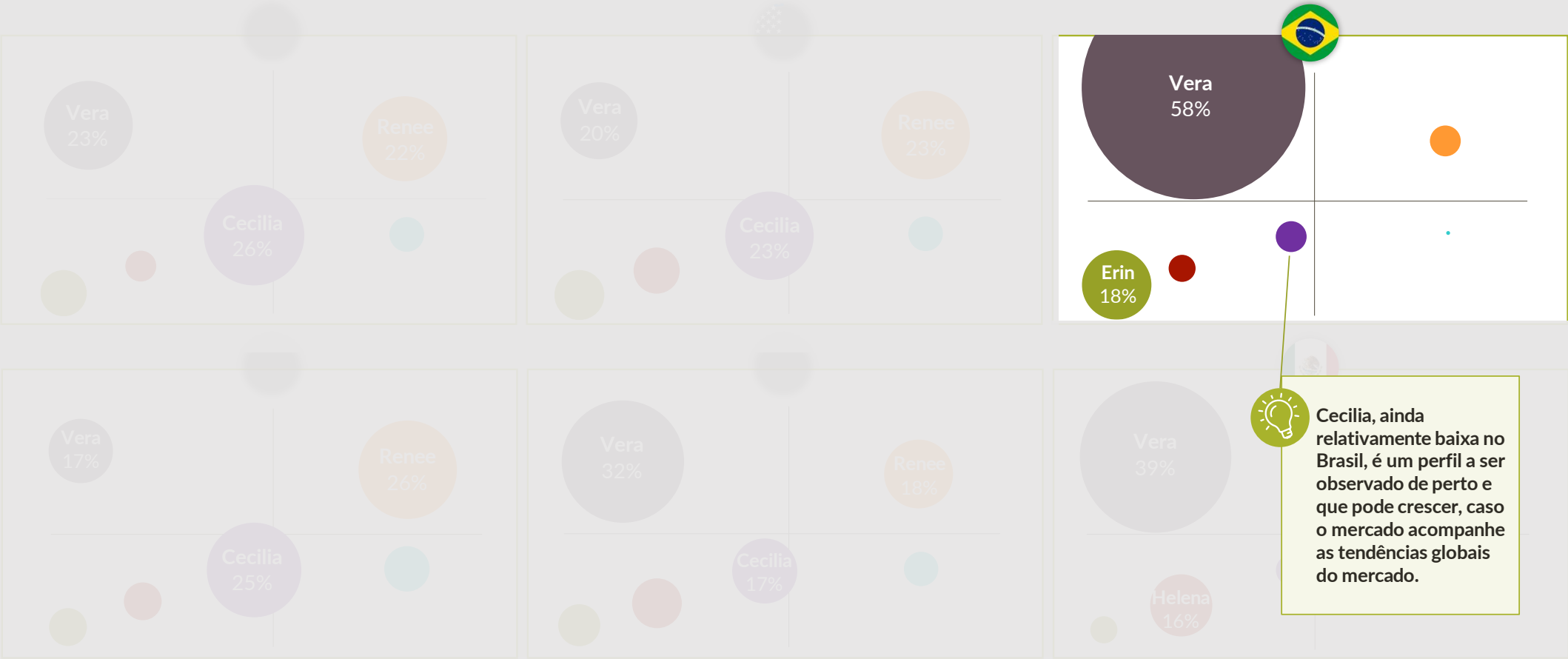


Programas de
fidelidade

Os perfis dos pet parentes são distribuídos de forma diferente entre os diversos países estudados



Os perfis dos pet parentes são distribuídos de forma diferente entre os diversos países estudados



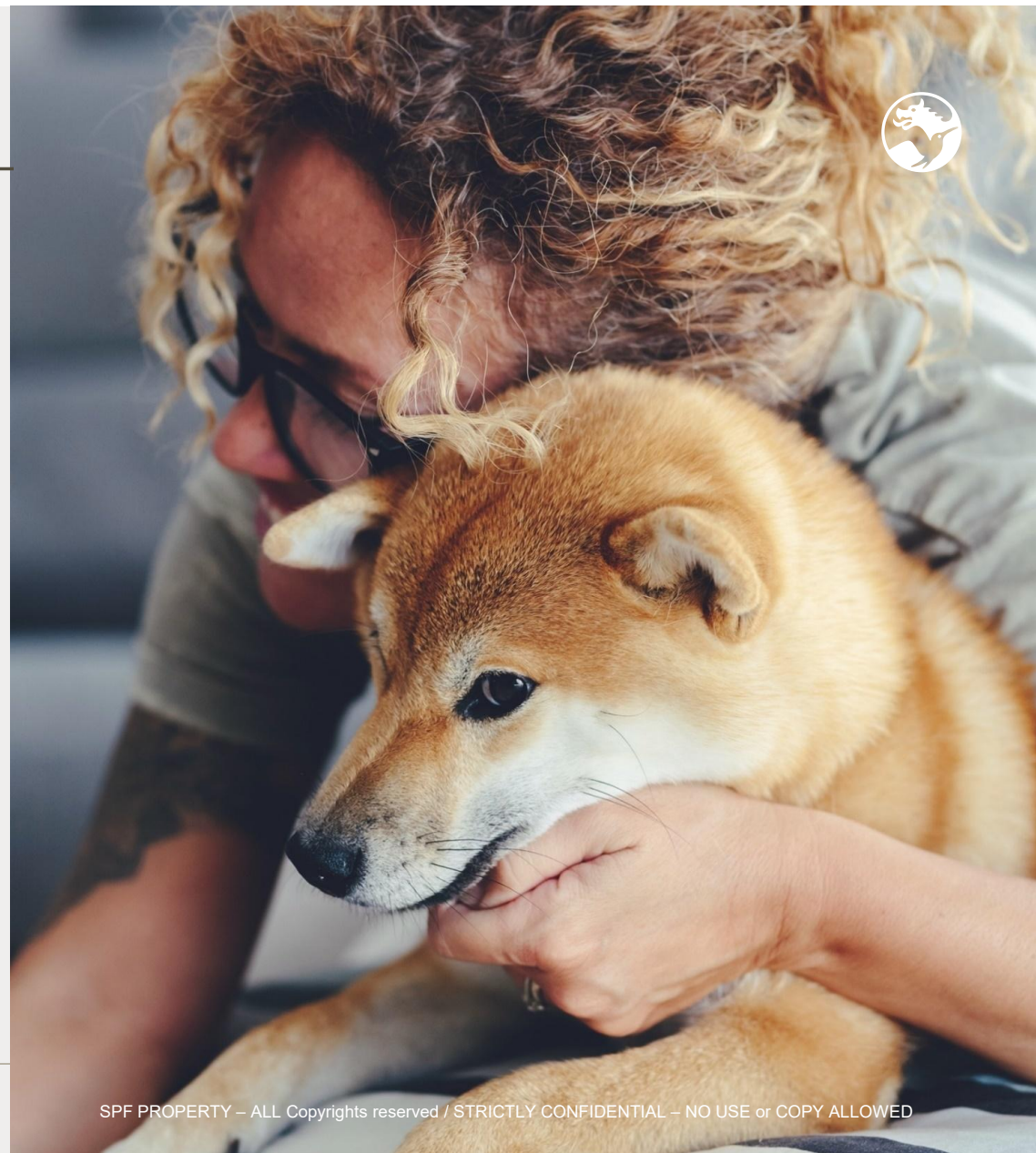


Principais aprendizados

Principais aprendizados

No geral, os pais de cães e gatos compartilham Principais semelhanças em relação aos alimentos para animais de estimação

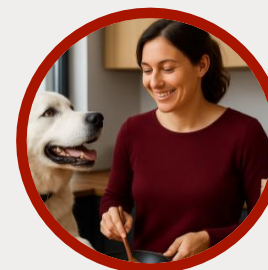
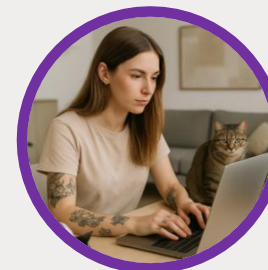
- Os tutores de animais de estimação enfrentam **um grande desafio: escolher a comida certa** para seu animal de estimação.
- **A quantidade de dinheiro investido** é outra prioridade fundamental, ainda mais em tempos de inflação.
- Alimentar corretamente os animais de estimação explora uma **consciência emocional relativa à felicidade através da saúde**.
- Os **benefícios a longo prazo** são priorizados sobre os prazeres a curto prazo.
- Assim, um "bom" alimento para animais de estimação é descrito principalmente como **saudável e nutritivo**.



Principais aprendizados

Como o "consumidor padrão" não existe, aproveitar a segmentação de tutores de animais de estimação pode ajudar a indústria a tomar decisões acertadas

- 2 grupos-alvo dominam e compõem **76% do mercado brasileiro**:
 - **VERA**: ela procura alimentos saudáveis específicos, embora não seja especialista em nutrição. Ela precisa de garantias de seu vendedor de pet shop ou de seu veterinário, que ela acredita que pode recomendar a melhor alimento
 - **ERIN**: como consumidora ecologicamente correta, ela busca ingredientes saudáveis e totalmente naturais. Para ela, a confiança só pode ser construída por meio da transparência da marca e do conteúdo do produto. Ela é um alvo chave para a nutrição alternativa.
- Portanto, mais representativos em todo o mundo, os 4 grupos adicionais representam apenas **26% do mercado brasileiro**:
 - **RENEE**: ela procura alimentos genéricos e se concentra no preço e no sabor. Como uma compradora rotineira que não está muito envolvida na escolha de um alimento, Renee é a mais leal e continua a comprar a mesma marca, geralmente enquanto compra mantimentos para sua casa.
 - **CECILIA**: ela procura alimentos saudáveis específicos com o melhor preço. Embora ela dê um cuidado especial à sua escolha e gaste tempo escolhendo a dieta correta, ela na verdade tem pouco conhecimento sobre nutrição. No entanto, ela faz o possível para fornecer ao seu pet uma dieta saudável.
 - **HELENA**: ela está focada na saúde e acredita que a comida caseira oferece os maiores benefícios nutricionais. Ela usa ingredientes naturais e dá importância ao alto teor de proteína, carne de verdade e ausência de ingredientes controversos.
 - **TESS**: ela é movida pela aceitação e não tem interesse real no conteúdo da comida. Ela está entusiasmada e envolvida na hora de eleger o pet food, apesar de seu baixo orçamento.





Obrigado

Anderson Conejo
Gerente de Marketing LATAM
anderson.conejo@symrise.com