



Título: Mercado *Pet*: análise do agronegócio para animais de estimação

Aluna: Marina Barbosa de Oliveira

Orientador: Afonso Aurélio de Carvalho Peres

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso apresenta uma análise de mercado do segmento *Pet* no Agronegócio brasileiro, explorado em cidades da região Sul Fluminense. O modelo de pesquisa desenvolvido visou caracterizar e identificar o perfil dos consumidores do mercado *Pet*. O estudo abordou o mercado *Pet* e uma pesquisa de mercado foi voltada para os tutores de animais de estimação. Os dados inerentes à pesquisa foram coletados a partir da aplicação de um questionário, formulado através da plataforma Google Forms[®] e aplicado com a colaboração de 118 respondentes. Os entrevistados receberam o link de direcionamento à plataforma através de e-mail, redes sociais e telefone. Os entrevistados foram selecionados de forma aleatória, permitindo identificar potenciais clientes do mercado *Pet*, com interesse na aquisição de produtos/serviços pets diferenciados e de qualidade visando à satisfação e fidelização do cliente. Também pesquisou sobre a possibilidade de substituição da alimentação comercial dos animais pela alimentação natural. A pesquisa identificou que entre os respondentes, a maioria pertence ao sexo feminino, com faixa etária entre 29 e 39 anos, residentes em sua grande maioria na cidade de Volta Redonda, RJ. A preferência pelo local de compra de produtos é em lojas agropecuárias, sendo a ração balanceada, o suprimento mais procurado. No que tange os serviços disponíveis para os animais de estimação, o mais procurado é a consulta veterinária. Evidencia-se que os consumidores procuram respeitar as orientações dos profissionais da área *Pet* na escolha da alimentação ofertada aos seus animais de estimação, bem como uma forte tendência a buscar alimentos de fábricas com prestígio no mercado. A questão levantada nessa pesquisa com relação à alimentação natural fica demonstrada que a maioria dos consumidores são reticentes com relação à troca do alimento tradicional pelo alimento natural, evidenciando a necessidade de esforços para melhor elucidar os reais motivos dessa resistência.

Palavras-chave: análise de mercado, animais de estimação, pesquisa, segmentos